جامعة آل البيت

معهد بيت الحكمة

قسم العلوم السياسية

اثر الدعاية الانتخابية على البرامج الانتخابية لمرشحي مجلس النواب الثامن عشر 2016

The Impact of the elections propaganda on the electoral programs for the candidates of the 18th Jordan house Representatives 2016

إعداد

فواز حمد نايف الخريشا

إشراف

الدكتور هاني عبد الكريم اخوارشيده

مقدمة استكمالا للحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية في معهد بيت الحكمة جامعة آل البيت

العام الدراسي

2017/2016

تفويض

أنا **فواز حمد نايف الخريشا**، أفوض جامعة آل البيت بتزويد نسخ من رسالتي للمكتبات أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص عند طلبهم حسب التعليمات النافذة في الجامعة.

التوقيع:

التاريخ:

إقرار والتزام بقوانين جامعة آل البيت وأنظمتها وتعليماتها

أنا الطالب: فواز حمد نايف الخريشا **الرقم الجامعي:**

التخصص: علوم سياسية **الكلية : معهد بيت الحكمة**

أعلن أنني قد التزمت بقوانين جامعة آل البيت وأنظمتها وتعليماتها وقراراتها السارية المفعول المتعلقة بإعداد رسائل الماجستير والدكتوراه عندما قمت شخصيا بإعداد رسالتي بعنوان:

اثر الدعاية الانتخابية على البرامج الانتخابية لمرشحي مجلس النواب الثامن عشر 2016

وذلك بما ينسجم مع الأمانة العلمية المتعارف عليها في كتابة الرسائل والإطاريح العلمية. كما أنني أعلن بأن رسالتي هذه غير منقولة أو مستلة من رسائل أو إطاريح أو كتب أو أبحاث أو أي منشورات علمية تم نشرها أو تخزينها في أي وسيلة إعلامية، وتأسيساً على ما تقدم فإنني أتحمل المسؤولية بأنواعها كافة فيما لو تبين غير ذلك بما فيه حق مجلس العمداء في جامعة آل البيت بإلغاء قرار منحي الدرجة العلمية التي حصلت عليها وسحب شهادة التخرج مني بعد صدورها دون أن يكون لي أي حق في النظام أو الاعتراض أو الطعن، بأي صورة كانت في القرار الصادر عن مجلس العمداء بهذا الصدد.

توقيع الطالب: .... التاريخ: / /

قرار لجنة المناقشة

اثر الدعاية الانتخابية على البرامج الانتخابية لمرشحي مجلس النواب الثامن عشر 2016

إعداد

فواز حمد نايف الخريشا

إشراف

الدكتور هاني عبد الكريم اخوارشيده

أعضاء لجنة المناقشة		**التوقيع**
الدكتور هاني عبد الكريم اخوارشيده	**مشرفاً ورئيساً**	**.................**
الدكتور صايل فلاح السرحان	**عضوا**	**.................**
الدكتور عاهد مسلم المشاقبة	**عضواً**	**.................**
الدكتور خالد عيسى العدوان	**عضواً خارجيا**	**.................**

قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في معهد بيت الحكمة في العلوم السياسية جامعة آل البيت نوقشت وأوصي بإجازتها بتاريخ / /

الإهداء

إلى والدتي رمزا للدفء والحنان والحب والتي أحاطتني بحبها وحنانها ولهفتها وعطرها .

إلى والدي الذي غمرني برعايته ، وكابد الحياة من اجل أبنائه .

إلى إخواني وأخواتي الذين أعانوني وأمدوني وأسدوا إلي نصحائهم القيمة والتي كانت نبراسا لي في حياتي .

إلى أصدقائي الذي كانوا عونا لي في الملمات والصعوبات

إهداء خاص : إلى معالي حديثة جمال الخريشا رمزا وقدوة استمد منه الحب والعطاء .

الباحث

فواز الخريشا

شكر وتقدير

الحمد لله والصلاة والسلام على النبي العربي الهاشمي الأمين وعلى اله وصحبه أجمعين :

لا يسعني إلا أن أقدم عظيم وخالص التقدير والامتنان إلى الدكتور الفاضل هاني اخو أرشيدة الذي اشرف على دراستي هذه لما أبداه من ملاحظات قيمة وإرشاد مستمر ومتابعة مستمرة، وقد كانت إرشاداته وتوجيهاته النور الذي أضاء أمامي سبل البحث العلمي وجنبني أخطاء ما كنت لأتخلص منها لولا رعايته واهتمامه وعونه.

وأتقدم بشكري الجزيل وخالص محبتي لرئيس وأعضاء هيئة المناقشة على ما أبدوه من ملاحظات لإثراء الدراسة ولإخراج هذه الدراسة إلى حيز الوجود فلهم مني كل الشكر والتقدير.

وأتقدم كذلك بشكري وتقديري إلى أعضاء الهيئة التدريسية في معهد بيت الحكمة وجامعة آل البيت عن كل كلمة تعلمته منهم وإبداء آراءهم في دراستي

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين

الباحث.

فهرس الموضوعات

الملخص

اثر الدعاية الانتخابية على البرامج الانتخابية لمرشحي مجلس النواب الثامن عشر 2016

إعداد

فواز حمد نايف الخريشا

إشراف

الدكتور هاني عبد الكريم اخوارشيده

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن مضامين الدعاية الانتخابية للمرشح من الناحية الاقتصادية والسياسية والدستورية، وتقديم إطار نظري لأثر الدعاية الانتخابية على مجلس النواب الثامن عشر، وكذلك معرفة وسائل الدعاية الانتخابية المتاحة للمرشحين في مجلس النواب الثامن عشر.

وفي سبيل الوصول إلى نتائج واقعية حول الدراسة، استخدم الباحث المناهج العلمية التالية منهج تحليل النظم والمنهج الإحصاء التحليلي ومنهج تحليل المضمون من خلال تحليل المضامين الاقتصادية والسياسية للدعاية الانتخابية وذلك لاختبار الدراسة والوقوف على مدى صدقها وصحتها.

وقد توصل الباحث إلى عدة نتائج منها بان نسبة من يؤمنون بالبرنامج الانتخابي هم (58.5%)، وبالتالي هذه هي نسبة من يؤمنون بالدعاية والشعارات الانتخابية، وتبين من خلال الدراسة عدم وجود اثر ذو دلالة إحصائية بين الدعاية الانتخابية والبرنامج الانتخابي للمرشح والثقافة السياسية وقانون الانتخاب رقم 6 لسنة 2016.

وقد أوصى الباحث بناء على نتائج الدراسة بالعمل على تغيير فكرة أن الدعاية الانتخابية هي السبب الرئيس المؤثر لنجاح المرشحين في مجلس النواب الثامن عشر 2016، وبالعمل على وقف هدر الأموال في الدعاية الانتخابية إلا بعد دراسة معمقة لطبيعة المجتمع الأردني وسلوكياته الانتخابية أو إجراء المزيد من الدراسات والأبحاث حول الموضوع.

Abstract

The impact of the Electoral propaganda on the eighteenth Jordanian mouse of Representatives

Preparation

Fawaz Hamad Nayef Al - Khuraisha

supervision

Dr. Hani Abd Al-Karim AkhoIrshida

The purpose of this study is to uncover the contents of the election campaign of the candidate in terms of economic, political and constitutional and provide a theoretical framework for the impact of electoral propaganda on the Eighteenth House of Representatives as well as the means of electoral propaganda available to the candidates in the Eighteenth House of Representatives.

In order to arrive at realistic results on the study, the researcher used the method of systems analysis to test the study and its validity and validity, using the descriptive analytical method by analyzing the economic and political implications of the election campaign.

The researcher found that the percentage of those who believe in the electoral program is 58.5%. Therefore, this is the percentage of those who believe in electoral propaganda and slogans. The study showed no statistically significant effect between the electoral campaign, the candidate's electoral program, political culture and the electoral law No. 6 of 2016.

The researcher recommended based on the results of the study to work to change the idea that electoral propaganda is the main reason for

the success of candidates in the Eighteenth House of Representatives 2016, and to work to stop wasting money in the election campaign only after an in-depth study of the nature of Jordanian society and electoral behavior or conduct further studies and research About the subject.

المقدمة

إن البرلمان بوظائفه التشريعية والرقابية والتمثيلية هو أحد أركان النظام النيابي الملكي في الأردن الذي هو جوهر النظام السياسي ، وهو حاضنة المسار الديمقراطي ورافعته ، والحاجة للنهوض بدوره وتطوير ادائه لا تنتهي ولا تتوقف . (الرنتاوي ، 2017 : 1).

إن الانتخابات تعتبر أحد أهم معالم النظام الديمقراطي ، فهي تعبير واضح عن ممارسه المواطنين لحق أساسي من حقوقهم في المجتمع الديمقراطي وهي المشاركة الفعلية في صنع القرار ، من خلال انتخاب ممثليهم ، ولقد أتبع الأردن النظام البرلماني النيابي الذي يتحقق بالمشاركة الشعبية ، وقد اشارت الدساتير الأردنية كهذا النهج حرصاً منها على ترسيخ وارساء دعائم الديمقراطية . (مجلس النواب ، 2015 : 2).

إن الدعاية الانتخابية تعتبر جزء من الاتصال السياسي ، بل تعد الدعاية الانتخابية جوهر الاتصال السياسي ، والعوامل الأساسية في نجاح العملية الاتصالية لوسائل الإعلام في الدعاية الانتخابية يتوقف على دقة اختيار الرسالة الإعلامية وصياغتها واسلوب عرضها على الجمهور في الوقت المناسب وطريقة ادارتها ، ونجاح الدعاية الانتخابية الناجحة تتوقف على خبراء الدعاية وكذلك العلاقات العامة من جهة وعلى الانتشار الواسع لوسائل الإعلام بصفة عامة وعلى الصحافة بصفة خاصة في الحملات الانتخابية بوصفها ظاهرة حديثة من جهة أخرى ، فقد اصبح بإمكان المرشحين الوصول الى ملايين الناخبين في وقت واحد أو اوقات متقاربة ، كما جاء تطوير حاجات ومتطلبات الجمهور ليسمح للمرشحين إطلاق دعايات انتخابية تتلاءم تماماً وحاجات فئة معينة من الجمهور .(الحموري والعزه ، 2015 : 3-4).

ان الدعاية الانتخابية لها دور واضح في تحديد هوية مجلس النواب ، مع انتهاء الدعاية الانتخابية بمجلس نواب الثامن عشر والتي بدات منذ بدء الترشيح تكون العملية الانتخابية

لانتخاب مجلس النواب الثامن عشر قد انتهت ، ويوم 20أيلول /سبتمبر /2016 بدأت العملية الانتخابية حسب الدستور الأردني المعدل لسنه 2016 ووفقاً للقانون الذي حدد كيفية الاقتراع بأن يختار الناخب قائمة معينة من القوائم النسبية المفتوحة المترشحة حيث يؤشر عليها للمرشح ثم ينتخب اي عدد من أو جميعهم او احدهم من القائمة التي اختارها حيث لا يجوز للناخب ان يختار اي مرشح اخر من قائمة أخرى غير تلك التي اشار عليها ذلك الناخب (مجلس النواب الأردني 2016: 1-2).

ركزت الدعايات (الحملات) الانتخابية لاختيار مجلس النواب الثامن عشر على شعارات تتعلق بقضايا الوطن لاسيما منها الاقتصادية والسياحية والتعليمية والصحية ، حيث قدمت الدعايات الانتخابية لكل القوائم الانتخابية افكارها ورؤيتها المستقبلية لمجلس النواب الثامن عشر ، وهناك حملات انتخابية سعت الى استمالة رموز بعض الشخصيات لصالح معاركها الانتخابية لاسيما القيادات الاقتصادية وزعامات العشائر ضمن البنية الترتيبية للمدن ،وقد سعت تلك الدعايات والحملات الانتخابية الى دعاية انتخابية منافسة ومميزة بسبب اشتداد المنافسة وزيادة حماسة المواطنين وسباق مع الزمن للوصول الى القواعد الانتخابية ، وقد شاب تلك الحملات الانتخابية التحركات والحوارات العشائرية والمناطقية لحشد الناخبين لقائمة معينة او اغتنام الفرصةللحصول على المقعد النيابي في ظل عدم التفات المواطن الى البرامج والشعارات التي ينظر اليها كديكور لا يعطي مؤشراً باستثناء قائمة واحدة او اثنتين (مرايا، 2016 :4-2).

ومن نافلة القول ، حول تاثير الدعاية الانتخابية على مجلس النواب الثامن عشر أن دلالات العملية الانتخابية وما رافقها من ممارسات خاطئة؛ تشكل خطرا على عملية الانتخابات، حيث ان اولى تلك الممارسات انها تؤثر على حساب الهوية الوطنية الجامعة وما جسدته من تغذية للهويات الفرعية المفرقة ، على حساب الهوية الوطنية الجامعة ، وصولاً الى تقزيم الدوائر

الانتخابية ، مروراً بكل صيغ القانون التي غذت الهويات الفرعية ، واضعفت الهوية الوطنية الجامعة التي أدت الى الحيلولة دون ظهور قيادات وطنية جامعة ومعبرة عن طموحات وتطلعات الأردنيين ، وبرز ما يسمى نائب الخدمات، الأمر الذي يغذي الهوية الفرعية ويرسخها . (التل ، 2016 : 2-3).

اولاً: أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة من كونه يبحث من موضوع مهم جداً لدى الباحثين والدارسين في العلوم السياسية المتعلقة بأهمية الدعاية الانتخابية في فرز مجلس نيابي قادر على اتخاذ قرارات سيادية تشريعية قادرة على الارتقاء بالوطن سياسياً واقتصادياً واجتماعياً وثقافياً، ولذلك فإن من أهم المراحل التي تمر بها العملية الانتخابية السليمة الدعاية الانتخابية ، فمن خلال الدعاية الانتخابية يستطيع كل مرشح التعبير عن أفكاره وبرنامجه الانتخابي وتوضيحه للناخبين لكي يستطيع الحصول على تأييد الناخبين ، والدعاية الانتخابية تعتبر حقاً قانونيا لكل المرشحين وفسح المجال لهم للتعبير عن أفكارهم ، وحيادية السلطات العامة امام جميع المرشحين ، وتأثير تلك الدعاية على مجلس النواب الثامن عشر الذي تم انتخابه في العشرين من أيلول/ سبتمبر 2016 ، ولذلك فإن أهمية الدراسة تنبع مما يلي :

أ- الجانب العلمي:

1) بيان تطور النظم الانتخابية في الأردن.

2) بيان أهمية واثر الدعاية الانتخابية في فرزمجلس نواب فعال .

3) بيان المفهوم الإعلامي والقانوني للدعاية الانتخابية .

4) بيان ماهية الدعاية الانتخابية ، في ظل القوانين والتشريعات الانتخابية الأردنية.

5) بيان أساليب الدعاية الانتخابية لمجلس النوب الثامن عشر .

6) بيان اثر الدعاية الانتخابية من المنظور السياسي والاقتصادي في ضوء الحالة الأردنية في مجلس النواب.

7) بيان اثر الدعاية الانتخابية على مجلس النواب الثامن عشر سياسيا واقتصاديا.

8) بيان مدى موافقة الدعاية الانتخابية مع الشعارات والبرنامج الانتخابي للنائب.

ب-الجانب العملي:

1) بيان تأثير المدة الانتخابية من الناحية العملية على مجلس النواب الثامن عشر.

2) بيان وسائل الدعاية الانتخابية المتاحة للمرشحين .

3) بيان إمكانية استخدام وسائل إعلام الدولة في الدعاية الانتخابية .

4) بيان الحد الأقصى للأنفاق على الدعاية للمرشح بنظام القوائم .

5) بيان الضوابط العملية للدعاية الانتخابية .

6) بيان محظورات الدعاية الانتخابية في المجلس النيابي الأردني الثامن عشر.

7) بيان العلاقة بين الدعاية الانتخابية والشعارات وفحوى البرنامج الانتخابي وللمرشح عمليا؟

ثانياً – أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية :

1) الكشف عن مضامين الدعاية الانتخابية للمرشح من الناحية الاقتصادية والسياسية والدستورية؟

2) معرفة وسائل الدعاية الانتخابية المسموح بها والمتاحة للمرشحين في مجلس النواب الأردني الثامن عشر.

3) معرفة إمكانية استخدام وسائل الإعلام المملوكة للدولة في الدعاية الانتخابية للمرشحين.

4) معرفة الضوابط القانونية والإعلامية للدعاية الانتخابية بالنسبة لمجلس النواب الثامن عشر.

5) استخلاص تصورات عن أطر ومسارات الدعاية الانتخابية وأثرها السياسي والاقتصادي على مجلس النواب الأردني الثامن عشر وإمكانية تنفيذ الشعارات التي تم الترويج لها من خلال الدعاية الانتخابية .

ثالثاً- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تسعى هذه الدراسة إلى تحليل أثر الدعاية الانتخابية على مجلس النواب الأردني الثامن عشر الذي تم انتخابه في العشرين من أيلول / سبتمبر 2016 ، وطبيعة العوامل التي رافقت الدعاية والحملات الانتخابية والتي أثرت على مجلس النواب الثامن عشر في إمكانية تبلور إستراتيجية نيابية أردنية جديدة متوافقة مع الشعارات التي تم طرحها من خلال الدعاية الانتخابية للمرشحين.

والسؤال المحوري في هذه الدراسة هو: **ما هو أثر الدعاية الانتخابية على مجلس النواب الثامن عشر 2016 ؟**

ويتفرع عن التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية على النحو التالي :

1) ما مفهوم الدعاية الانتخابية ؟

2) ما هي مضامين الدعاية الانتخابية من الناحية الاقتصادية والسياسية والدستورية للمرشح؟

3) ما المقصود بالصمت الانتخابي ؟

4) ماهي وسائل الدعاية الانتخابية المتاحة للمرشحين في مجلس النواب الأردني الثامن عشر؟

5) هل هناك توافق بين الدعاية الانتخابية والشعارات ومضامين الشعارات في البرنامج الانتخابي للمرشح؟

6) ما هي أبرز الشعارات الانتخابية المعروضة في الحملات الانتخابية لمجلس النواب الثامن عشر ؟

7) ما هي إمكانية استخدام وسائل الإعلام الحكومية في الدعاية الانتخابية لمجلس النواب الثامن عشر ؟

8) ما هي ضوابط تلقي التبرعات من الغير للصرف على الدعاية الانتخابية؟

رابعاً – فروض الدراسة :

تنطلق الدراسة من الفرضية الرئيسية التالية : **هناك علاقة بين الدعاية الانتخابية ومجلس النواب الثامن عشر ؟**

وتتفرع عن الفرضية الرئيسية الفرضيت الفرعية التالية:

- هناك علاقة طردية بين الدعاية الانتخابية والوعي السياسي للناخبين والمقترعين .
- للدعاية الانتخابية أثر مباشر على الإفرازات السياسية والاقتصادية لمجلس النواب الثامن عشر .
- هناك علاقة ذات دلاله سياسية بين الدعاية الانتخابية وخلق الشعور بالانتماء السياسي لدى المرشح .

- هناك علاقة ذات دلاله سياسية بين الدعاية الانتخابية وتطور الوعي السياسي في مجلس النواب الثامن عشر .

خامساً–حدود الدراسة:

1- الحدود الزمانية : عام 2016 بسبب انتخاب مجلس النواب الثامن عشر الذي تم انتخابه في 20أيلول/سبتمبر 2016م.

2- الحدود المكانية : مجلس النواب الأردني / الأردن .

سادساً – محددات الدراسة :

تمثلت محددات الدراسة في جوانب عدة تندرج تحت جملة من المحددات من بينها :

1- المحدد النظري : ارتبطت هذه المحددات اولاً بتشعب موضوع الدراسة وتداخل أبعادها بين تخصصات عدة : السياسة ، القانون ، الإعلام ، الاتصال .

واقتصار الدراسة من الناحية النظرية عن الدعاية الانتخابية وأثرها على مجلس النواب الثامن عشر .

2- المحدد العلمي :سيتم رصد أثر الدعاية الانتخابية عملياً على مجلس النواب الثامن عشر من ناحية طبيعة الدعاية والحملات الانتخابية ، وأثرها العملي عن فرز مرشحين قادرين على القيام بدور فعال في مجلس النواب الثامن عشر وتلبيه الإستحقاق الدستوري والسياسي والاجتماعي .

3- المحدد الموضوعي: وهو دراسة موضوع اثر الدعاية الانتخابية على سلوك مجلس النواب الثامن عشر ، وما يرتبط بهذا الموضوع من قضايا.

سابعاً– متغيرات الدراسة :

يبرز في هذه الدراسة متغيران رئيسيان وهما :

1– المتغير المستقل : الدعاية الانتخابية

2– المتغير التابع : مجلس النواب الثامن عشر .

ثامناً – مفاهيم ومصطلحات الدراسة :

يبرز في الدراسة ثلاثة مفاهيم ومصطلحات على النحو التالي :

1– الأثر

أ– (التعريف الاصطلاحي): ما يدل على الشيء وما يترتب عليه ، والتأثر فيه . (الغليقة ، 2005 : 204)

ب– (التعريف الاجرائي) : التأثر الذي تحدثه الدعاية الانتخابية التي يقوم بها المرشحين لمجلس النواب على مجلس النواب الثامن عشر الذي تم انتخابه في 20أيلول/ سبتمبر2016.

2– الدعاية الانتخابية :

أ– (التعريف الاصطلاحي) : هي العملية الدعائية المنظمة والمخططة والتي تتم في عناية فائقة من المرشح نفسه أو الحزب نفسه أو الكيان السياسي وذلك باستخدام كافة الوسائل الدعائية المتاحة والأساليب الاقناعية المختلفة لإيصال رسالة معينة (البيان _ البرنامج الانتخابي) إلى الجمهور المستهدف للناخبين والتأثير على عملية التصويت لصالح المرشح او اللائحة الانتخابية التي يمثلها . (حجاب ، 2007 : 16)

ب– (التعريف الاجرائي) : الأنشطة الاتصالية السياسية والإعلامية المخططة والمنظمة الخاضعة للمتابعة والتقويم التي تستعمل فيها وسائل الاتصال المختلفة وأساليب استمالة مؤثرة

تستهدف جمهور الناخبين التي مارسها (المرشح) أو الحزب السياسي للحصول على مقعد في مجلس النواب الأردني الثامن عشر ، الذي تم انتخابه في 20 أيلول / سبتمبر 2016.

3- مجلس النواب الثامن عشر:

أ-(التعريف الاصطلاحي): هو هيئة تشريعية أردنية تمثل السلطة التشريعية في الدول الدستورية، حيث يكون مختصاً بحسب الأصل بجميع ممارسات السلطة التشريعية وفقاً لمبدأ الفصل بين السلطات ، وتكون من مجموعة من الأفراد يطلق عليهم اسم النواب أو الممثلين عن الشعب ويمارسون وظائفهم من خلال مناقشة ودراسة القوانين التي تحيلها الحكومة إلى مجلس النواب أو من خلال اقتراح عشرة نواب أو أكثر لقانون ما. وفي حال ورود مشروع القانون من الحكومة إلى المجلس الذي يدرجه على جدول أعمال أو جلسة للمجلس أو بعدها تتم قراءة المشروع علناً في المجلس أو الاكتفاء بتوزيعه المسبق على الأعضاء فيقرر المجلس إما بقبوله وإحالته على اللجنة المختصة وإما رفضه وإحالته إلى مجلس الأعيان. (مروان،2015: 1-3).

ب- (التعريف الإجرائي): هو المجلس الذي تم انتخابه في 20 أيلول / سبتمبر عام 2016م بعدما صدرت الإرادة الملكية السامية في 29 أيار/ مايو لسنة 2016م بحل مجلس النواب السابع عشر، ثم في شهر حزيران / يونيو صدرت الإرادة الملكية السامية بإجراء الانتخابات النيابية لمجلس النواب الثامن عشر تحت إشراف الهيئة المستقلة للانتخاب وقد ترشح 1252 مرشح يتنافسون على 130 مقعد لمجلس النواب.

تاسعاً: منهجية الدراسة:

سيقوم الباحث باستخدام تكامل منهجي من خلال توظيف منهجي لمنهج تحليل النظم ديفيد ايستون (David Easton) ومنهج صنع القرار وكذلك المنهج الوصفي التحليلي، ولذلك ستكون المناهج المستخدمة على النحو التالي:

1. منهج تحليل المضمون

إن تحليل المضمون كغيره من المفاهيم الاجتماعية، لم يحسم محدد بدقة إلى حد الاتفاق التام في ظل مشكلات حدود تطبيقاته وإجراءاته وبالرغم من التطور والتوسع الذي شهده في استخدام الأساليب التقنيات على المستوى الدولي يعرف منهج تحليل المضمون : انه احد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفا موضوعيا منتظما ، كميا وهو أسلوب البحث الذي يهدف إلى تحليل المحتوى الظاهري أو المضمون الصريح لمادة الاتصال الدعاية الانتخابية وأثرها على مجلس النواب، ووصفها وصفا موضوعيا ومنهجيها وكميا بالأرقام.

ويعرف منهج المضمون أيضا : " الوصف الدقيق والموضوعي عن موضوع معين في وقت معين" (الحسن، 2005 : 162).

- ومن رواد هذا المنهج رتشالرز ميلز ولتر ليمبان، اللذين قاما بتحليل وتقسيم لجريدة نيويورك تايمز ونشر دراستهما عام 1920 وقد كتبت هذه الدراسة حول تحليل مضمون الإعداد التي أصدرتها هذه الجريدة ما بين آذار مارس 1917 وآذار مارس 1920 حول الأخبار التي تتعلق بالثورة الروسية. (اوزي، 2008 : 62).
- ويمكن توظيف هذا المنهج على موضوع الدراسة من خلال تحليل مضمون الدعاية الانتخابية أثرها على سلوك وأعمال وقرارات مجلس النواب الأردني الثامن عشر ومن

خلال تحليل القرارات والمعاهدات والاتفاقيات في ضوء القانون والحكم على مدى شرعيتها وتحليل مضمون المشاكل والشكاوي المنشورة في الصحافة أو المقدمة من خلال الدعاية الانتخابية والإعلام المرئي والمسموع والمكتوب.

2- منهج تحليل النظم:

تعتمد الدراسة لاختبار فرضيتها وصدقها ومدى صحتها على منهج تحليل النظم الذي يدور حول مفهوم مركزي هو النظام باعتباره وحدة التحليل الرئيسية. ويقصد بالنظام في هذه الدراسة مجموعة العناصر التي ترتبط فيما بينها وظيفياً بشكل منتظم بما يتضمنه ذلك من تفاعل واعتماد متبادل، وبالتالي فإن النظام السياسي يغدو حاله من التواصل بين الأجزاء.وفيما يتعلق بدراسة أكثر الدعاية الانتخابية على مجلس النواب الثامن عشر فإنها تأتي دائماً على مدرك سلوك التنظمي للناخبين والمرشحين بمعنى يكون التعامل مع الدعاية الانتخابية باعتبارها نظاماً متحرك يتحرك بموجب التفاعل بين مجموعة من الأفراد ومجموعة من الأجزاء وظيفياً إلى درجة الاعتماد المتبادل وينجز هذا النظام نظام سياسي هدفه صنع القرارات الداخلية والخارجية ضمن إطار بيئة مركبة تشمل بيئه داخلية وخارجية تجسد مجمل الظروف التي تحيط بالنظام السياسي الأردني (مجلس النواب)،لقد ذهب ديفيد استون إلى دراسة السلوك الداخلي للنظم الانتخابية انطلاقا من أربعة مفاهيم أساسية لها تأثيرها على مجمل السياسة الداخلية والخارجية من خلال العلاقة الديناميكية بين الدعاية الانتخابيةوالمرشحين النواب ومجلس النواب وضع القرارات إلى ما ذهب إليه إيستون من مدخلات ، وتحويل العمليات ، والمخرجات (القرارات) ، والتغذية الراجعة وهذه العناصر لها تأثيرها على النظام السياسي وبالتالي صناعة القرار السياسي وما يمثله من موقف على المستوى الداخلي (الأردني) والخارجي (الدولي) (Easton،1987:30)

سيحاول الباحث الاستفادة من منهج النظم في دراسة البيئة الداخلية للدعاية الانتخابية والتركيز على المؤشرات السياسية والاقتصادية والإعلامية والاجتماعية والتي يمكن إعتبارها مدخلات أثرت على الدعاية الانتخابية لانتخاب مجلس النواب الثامن عشر وبيان مدى استجابة هذا النظام لهذه البيئة ومخرجاتها التي تمكن صانع القرار من الاستفادة من الإيجابيه للدعاية الانتخابية والبعد عن السلبيات من خلال:

- المدخلات: الشعارات والمطالب والاحتياجات وعناصر الدعاية الانتخابية يتم تحويلها إلى مخرجات وهي عبارة عن تصورات الناخب والمرشح (البيئة الداخلية).
- المخرجات: وهي مدى تطبيق الشعارات والعناصر للدعاية الانتخابية والإستجابة الفعلية أو المتوقعة.
- التفاعلات (العمليات): وهي تطورات المرشح بطبيعة الشعارات وعناصر الدعاية الانتخابية.
- التغذية الراجعة: وهي السلوك الفعلي للمرشح الناتج والقرارات المتخذة ومدى اتساق سلوك المرشح مع الشعارات والمطالب في الدعاية الانتخابية وتطورات صاحب القرار السياسي ومجلس النواب.

3-المنهج الوصفي التحليلي:

يرتبط عنوان الدراسة أثر الدعاية الانتخابية عن مجلس النواب الثامن عشر بفترة زمنية محددة وهي المدة التي سبقت فترة انتخاب المجلس النيابي الأردني الثامن عشر، وتلك الفترة هي المدة المصرح بها للدعاية الانتخابية حتى ساعات قبل الانتخاب أي قبل الساعة السابعة من يوم 20 أيلول / سبتمبر 2016 (فترة الصمت الانتخابي) ، ومن خلال هذا المنهج سيتم وصف للوقائع الانتخابية من خلال الدعاية الانتخابية وعناصرها ومعطياتها حيث يفترض من خلال هذا

المنهج وصف (أثر الدعاية الانتخابية على مجلس النواب الثامن عشر) وصفاً دقيقاً ومتعمقاً بما يتيح الفهم على نحو أفضل (الرشيدي،15:2000)

إن الأمر لا يتعلق بالتوقف عند معرفة خصائص أثر الدعاية الانتخابية بل يتعداها إلى تشخيصها بمعرفة المتغيرات والعناصر والعوامل التي قد تتسبب في إحداث الأثر مثل طبيعة الشعارات ومصدر قوتها، ومدى تنفيذ تلك الشعارات، وتفاعل الناخب والمرشح مع تلك الشعارات.(غرايبة،2002:33).

ومن هنا جاء هدف الباحث باعتماد هذا المنهج لدراسة الموضوع ، وعلى غرار الدراسات الوضعية التحليلية فقد تم اعتماد جملة من الأدوات المنهجية بجمع البيانات والمعلومات عن (أثر الدعاية الانتخابية على مجلس النواب الثامن عشر)وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات السياسية الاستطلاعية ويهدف هذا النوع من الدراسات الى اكتشاف ووصف الأثر الناتج عن الدعاية الانتخابية في إفراز نوعية المرشحين والأحزاب والقوائم، حيث أن أي دراسة علمية تعتمد على مناهج البحث العلمي والذي يعتبر الأبجدية الأولى التي يتعلمها الباحث لدراسة مثل هذا الموضوع.وسيتم استخدام هذا المنهج من خلال جمع المعلومات عن الحقائق والوقائع الانتخابية والدعائية التي سبقت الانتخابات النيابية لمجلس النواب الثامن عشر الذي يتم انتخابه في 20 أيلول / سبتمبر 2016، وذلك من خلال جمع المعلومات من الدراسات والمصادر الأولية والثانوية عبر الوثائق الرسمية والأدبيات المنشورة، ومن ثم تحليل هذه الحقائق والمعلومات وتفسيرها لتكون أساساً لفهم أثر الدعاية الانتخابية على مجلس النواب الثامن عشر بهدف الوصول إلى استنتاجات تساعد في فهم أثر الدعاية الانتخابية على مجلس النواب الثامن عشر.

عاشراً: الدراسات السابقة:

أمكن الاطلاع على عدد من الدراسات ذات الصلة بالموضوع ، وفيما يلي عرض لهذه الدراسات:

أولا : الدراسات العربية

1- دراسة جربوعة ، عادل (2006) ، بعنوان: (الحملة الانتخابية لرئاسيات الجزائر في التلفزيون الجزائري 2004)((رسالة ماجستير غير منشورة)) ، قسم الإعلام والاتصال ، كلية الإعلام جامعة محمد خيضر الجزائر.

تهدف هذه الدراسة الى بيان أهمية الدور الذي تلعبه الحملة (الدعاية الانتخابية) في التلفزيون الجزائري في تغطية النشاطات السياسية وفي خلق الوعي السياسي للجمهور حيث تزيد أهمية هذا الدور خلال الأحداث الهامة الأكثر أهمية كالانتخابات والحملات الانتخابية ، وتطرقت هذه الدراسة الى أهمية الدور الذي يمارسه كذلك التلفزيون الجزائري في هذا الصدد عبر تغطيته لاحداث الحملات والدعاية الانتخابية استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ومنهج النظم لديفيد ايستون من اجل الوصول الى النتائج المرجوة.وكان من نتائج هذا البحث أن للتلفزيون الرسمي الجزائري دور هام في الوصول للناخبين وابراز شعاراتهم الانتخابية الى حيز الواقع وله دور بارز في الدعاية الانتخابية التي تهم الوطن.وقد أوصت هذه الدراسة إجراء مزيد من الدراسات حول هذا الموضوع لإبراز الدعاية الانتخابية ودورها في الوعي السياسي بالنسبة للجمهور الناخب.

2-دراسة النعيمي ، ليث سلطان جهاد ، بعنوان: أثر الدعاية الانتخابية على السلوك الانتخابي للناخب الأردني (انتخابات مجلس النواب الأردني الخامس عشر 2007 _ دراسة ميدانية) ، رسالة ماجستير غير منشوره ، معهد بيت الحكمة ، جامعة آل البيت .

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على طبيعة الدعاية الانتخابية وبيان أثرها على السلوك الانتخابي للناخب الأردني. ولذلك فإن هناك مجموعة من الأهداف للتعرف على الثقافة السياسية والاجتماعية للمواطن الأردني وتحديد المتغيرات الشخصية للفرد والمؤثرات المجتمعية التي تؤثر على قراره الانتخابي ، وقد استخدم وللوصول إلى النتائج المستهدفة استخدام المنهج التاريخي والمنهج المقارن والمنهج الكمي من خلال تناول مجموعة من الدعايات الانتخابية لمرشحين مجلس النواب 2007 وتحليلها .

ومن نتائج الدراسة إجابة افراد العينة انها لا تصوت للمرشح بناءاً على دعايته الانتخابية او برنامجه ، وأن دعايته الانتخابية لم تؤثر على موقفهم الانتخابي ، وقد أوصت الدراسة المرشحين الأردنيين إلى الاعتقاد التام بأن الدعاية الانتخابية ليست سبباً مؤثراً ومحدداً للنجاح في الانتخابات وكذلك أوصتهم بعدم المبالغة في هدر الأموال على الحملات الانتخابية .

3-دراسة رزاق، الحسن (2009) بعنوان: (الحملة الانتخابية لرئاسيات الجزائر 2009 من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة) كلية الإعلام والاتصال جامعة قسنطينة الجزائر.

تهدف هذه الدراسة لمعرفة واقع الحملات الانتخابية في الجزائر من خلال دور الصحافة المكتوبة الجزائرية في تغطية مثل هذه الاحداث وقد عبرت هذه الاشكالية عن دور الإعلام بشكل عام في تأثيره على الرأي العام والصحافة المكتوبة بشكل خاص لم لها من دور في صناعة القرار السياسي.

استخدم الباحث في دراسة منهج (تحليل المضمون) وذلك لمعرفة اتجاهات وميول الافراد إزاء هذه الحملات بصفة عامة من خلال الصحافة المكتوبة وكان من ضمن نتائج الدراسة :اهتمام الصحافة الجزائرية بالحملة الانتخابية كحدث متداول تبعاً لمؤشرات الدراسة والتحليل ، وانشغال هذه الصحافة من حيث القرار الإعلامي فيما يخص هذه الاحداث بالنخبة السياسية بالدرجة الأولى بالإضافة الى الرأي العام الجزائري. أوصت الدراسة بأجراء دراسات حول هذا الموضوع لما له من أهمية كبيرة.

4-دراسة شيماء، معاوي (2003) بعنوان :(دورة الحملات الانتخابية في التنشئة السياسية) رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.

هدفت هذه الدراسة إلى تناول العلاقة من حيث التأثير والتأثر بين الحملات الانتخابية وعملية التنشئة السياسية ، والتي تحاول تفسير العلاقات الارتباطية بين الحملات التي هي شكل من اشكال الاتصال السياسي في عملية التنمية السياسية.استخدم الباحث في دراسته هذه المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى النتائج المرجوه وكان من ضمن النتائج التي توصلت اليها الدراسة يرتبط تأثير الحملة الانتخابية بطبيعة وقناعة من ارادة حرة تمثل الإشباع المتحقق والذي عبر عنه بالإشباع السياسي واوحت الدراسة بدراسات مماثلة تتعلق بهذا الموضوع .

5-دراسة حسين ، احمد فاضل (2010) بعنوان: (التنظيم القانوني للدعاية بالانتخابية) كلية القانون جامعة ديالى ، دولة العراق .

تتناول هذه الدراسة دراسة التنظيم القانوني في القانون العراقي ، وكذلك اظهار النصوص والتشريعات القانونية للدعاية الانتخابية ومدى التزام الناخب والمرشح بتلك النصوص والقيود وتنظيم عملية الدعاية الانتخابية ،والواجب على المرشحين ووسائل الإعلام الالتزام بها. استخدام

الباحث هذه البحث المنهج الوصفي التحليلي للوصول الى النتائج الموضوعية وكان من نتائج الدراسة ان الدعاية الانتخابية تعتبر حقاً لكل المرشحين وهذا يعني ان هذا الحق مقدر في القانون ، ان الدعاية الانتخابية منظمة من خلال القيود التي تضعها القوانين والتشريعات المتعلقة بالانتخابات .

وأوصت هذه الدراسة التعامل بالتساوي مع جميع المرشحين في الدعاية الانتخابية بحيث يجب توفير كافة الوسائل اللازمة لتمكين المرشحين من عرض افكارهم وبرامجهم وفرض عقوبات على المخالفين للدعاية الانتخابية.

6-دراسة مجلس النواب (2015) بعنوان: (تطور النظم الانتخابية في الأردن مركز الدراسات والبحوث التشريعية ، ورقة رقم (12) مجلس النواب الأردني، عمان ، المملكة الأردنية الهاشمية.

تتناول هذه الدراسة تطور النظم الانتخابية بالأردن منذ عام 1952 اي منذ تأسيس الدستور الأردني من حيث المقاعد الانتخابية والدوائر الانتخابية نظام القوائم النسبية والدعاية والحملات الانتخابية.

استخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال عرض الارقام والبيانات والمعلومات بعد تحليلها الانتخابيةومن نتائج الدراسة ان هناك تطور في النظم الانتخابية الأردنية من كافة الجوانب النيابية والسياسية والثقافية والاجتماعية وقد أوصت هذه الدراسة باجراء مزيد من الدراسات للوصول الى نتائج اكثر دقة من ذي قبل.

7-دراسة الرنتاوي ، عريب (2017) بعنوان : تحديات الاداء والاصلاح لمجلس النواب الثامن عشر ، (مركز القدس للدراسات السياسية عمان - الأردن).

تهدف هذه الدراسة إلى بيان الحاجة الى النهوض بدور المجلس النيابي الثامن عشر من خلال تعزيز الثقة بالمؤسسة التشريعية واعادة الهيبة اليها من خلال تفعيل عمل النائب والذي جاء الى البرلمان لخدمة المجتمع واعادة الثقة بمجلس النواب من خلال الاقتراب اكثر من هم المواطن.وكان من نتائج هذه الدراسة تفعيل مدونه السلوك النيابية وتفعيل الصوت الالكتروني.

وأوصى الباحث العمل على ان يكون لرئيس المجلس النيابي دور حاسم في ابعاد النواب عن الضغوط الحكومية او اي ضغوط أخرى قد يتعرضون لها داعياً مجلس النواب الثامن عشر ان يأخذ على عاتقه ترتيب علاقة متوازنة وتشاركية مع مؤسسات المجتمع المدني باعتبارها شريكا ايجابي في الحوار المجتمعي.

ثانيا : الدراسات الأجنبية :

1- دراسة ايفانز ، انجليكا (2011) بعنوان : شبكة توتير من اجل العلاقات العامة

تهدف هذه الدراسة استكشاف اثر مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع توتير في الدعاية والحملات الانتخابية لدى ممارسي العلاقات العامة وأهمية استخدامه وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي ومنهج المضمون للوصول إلى نتائج واقعية للدراسة ومن نتائج هذه الدراسة أن لمواقع توتير اثر واضح في إيصال إلى الدعاية الانتخابية وتأثيرها على المتلقين.

2- دراسة بايك هايجين (2013)، بعنوان : مدخل متعدد الأبعاد لتقييم فعالية الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ،

سعت هذه الدراسة إلى اختيار السمات الشخصية لزوار الحملات الإعلامية واختيار العوامل المرتبطة بأهداف الحملة السلوكية عليهم وذلك خلال حملة إعلامية حول رعاية الأطفال

وقد استخدم الباحث منهج تحليل النظم، ومنهج تحليل المضمون، والمنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى نتائج مهمة ومن النتائج التي توصل إليها الباحث أن لشبكات التواصل الاجتماعي على اثر بالغ في إيصال رسالة ومضمون الدعاية الانتخابية وخاصة لفئة الشباب والتأثير عليهم.

تتميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة :

بأنها من الدراسات الأولى التي تتناول الدعاية الانتخابية لمجلس النواب الثامن عشر الذي تم انتخابه مؤخراً في 20 أيلول / سبتنمبر عام 2016 ، حيث أنها الدراسة الأولى التي تتناول الدعاية الانتخابية لهذا المجلس ولم يسبقها دراسات اخرى حول هذا الموضوع. إضافة الى رصد المكتبة الأردنية والعربية بدراسة مميزة عن موضوع هام جدا وهو اثر الدعاية الانتخابية على فرز مجلس نيابي عصري في مجتمع عشائري.

الفصل الأول

النظم الانتخابية في الأردن وعلاقتها بالنظم الانتخابية

الفصل الأول

النظم الانتخابية في الأردن وعلاقتها بالنظم الانتخابية

تشكل تشريعات الانتخاب حجر الأساس في النظام الديمقراطي وتؤثر على سلوك المواطن وعلى سلوكهم الحزبي، كما تؤثر في المدن الطويل على ترابط النظام الحزبي وعلى درجة الاستقرار في تركيبة الحزب، وفي الديمقراطيات الانتقالية تحدد أنظمة الانتخاب آفاق تطوير التعددية السياسية والحزبية، وتتراوح أنظمة الانتخاب بين خيارين رئيسيين وهما : (البطاينة، 2009 : 59).

حيث تقسم أنظمة الانتخاب إلى (شكر، 1994 : 123-129)

1) نظام التمثيل النسبي : ويؤمن هذا النظام أن لكل حزب نسبة في التمثيل البرلماني تعكس نسبة الأصوات التي حصل عليها ويرتبط هذا النظام بنظام اللائمة أو الدائرة الموسعة وهو أيضا النظام الذي يسمح لكل حزب بان يتمثل في البرلمان بنسبة عدد الأصوات التي نالها، بحيث تتوزع المقاعد النيابية في الدائرة الانتخابية على أكثر من حزب، فالأساس النظري لنظام الانتخاب النسبي نجده في مفهوم العدالة والمساواة ولذلك فهو نظريا النظام الأفضل لتمثيل الشعبي.

2) النظام الفردي والموسع : مع الانتخاب الفردي فان الأمر يتطلب تقسيم الدوائر الانتخابية إلى دوائر متساوية ويراعي الاعتبارات السياسية كأن تراعى بمصالح الحزبية أو كأن تلحق أطراف المدن بالدوائر الزراعية أو العكس أما الدائرة الموسعة يتم تقسيم الدولة إلى عدد من الدوائر الكبيرة كل دائرة ممثلة بعدد من النواب يوازي نسبة عدد سكانها.

3) نظام الانتخاب الأكثري : تطبيقا للانتخاب الأكثري يعتبر فائزا لمرشح الذي نال اكبر عدد من الأصوات ولو بفارق صوت وفي الأكثري بسيط يعتبر فائزا الأكثرية اقل من الأكثرية المطلقة للمقترعين.

4) نظام الانتخاب المختلط : ويجمع هذا النظام بين النظام النسبي والنظام الأكثري فيكون تقسيم الدوائر الانتخابية إلى دوائر ترتكز على أساس النظام النسبي ودوائر ترتكز على أساس النظام الأكثري.

وما عدا ذلك فهي اشتقاقات من احد هذين النظامين أو نظام مختلط بجمع بنيهما، وبشكل عام فإن الديمقراطيات العريقة التي اتسم النظام الحزبي فيها بالاستقرار كما هو الحال في بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا تأخذ نظام الانتخاب الفردي، فيأخذ معظم الديمقراطيات اللاحقة بنظام التمثيل النسبي.

يتناول الباحث في هذا الفصل المبحثين الآتيين :

المبحث الأول : حق الانتخاب والنظم الانتخابية وتطورها في الأردن من 1952-2016

المبحث الثاني : الدعاية الانتخابية وعلاقتها بالوعي السياسي.

المبحث الأول

حق الانتخاب ومراحل النظم الانتخابية

في عام 1921 تأسست إمارة شرق الأردن من الناحية السياسية ، بعد الاتفاق مع الجانب البريطاني الذي استعمر هذه المنطقة ، وفي الخامس والعشرين من أيار /مايو 1923 تم إعلان استقلال الإمارة، وعلى ذلك تم التوقيع على معاهدة 1928 من قبل الجانبين الأردني بقيادة الأمير عبد الله بن الحسين (مؤسس الإمارة) والجانب البريطاني، وفي تلك الاتفاقية تم تحديد شروط الانتداب، وشروط الحكومة الدستورية الأردنية، حيث كانت تلك الاتفاقية تقييدا لصلاحيات الحكومة والبرلمان وتم بعد ذلم وضع القانون الأساسي للإمارة في 1928، حيث تم بموجبه إعطاء شرق الأردن شرعية دستورية لإدارة شرق الأردن، وقد تم وضع قانون انتخاب لانتخاب أول مجلس تشريعي، حيث تم انتخاب خمسة مجالس تشريعية خلال فترة الإمارة من 1923-1946 وذلك بموجب ذلك القانون، وذلك ابتداء من سنة 1929.(محافظة ، 1990 : 221-233).

يتناول الباحث في هذا المبحث المطلبين الآتيين :

المطلب الأول : حق الانتخاب في الدستور الأردني.

المطلب الثاني : تطور النظم الانتخابية في الأردن 1952-2016.

المطلب الأول

حق الانتخاب في الدستور الأردني

يعتبر حق الانتخاب قاعدة النظام الديمقراطي :" فهو الوسيلة التي تمكن من اختيار الحكام بصورة ديمقراطية، وقد بقي الانتخاب بفترة طويلة محصورا بفئات معينة من المواطنين، ذلك أن البورجوازية التي نادت بالانتخاب لأخذ السلطة من الطبقة الارستقراطية وضعت قيودا لممارسة هذا الحق حتى لا يؤدي إلى سيطرة الطبقات العاملة على الحياة السياسية، ولكي تبقى مقاليد الحكم في أيدي ممثلي الطبقة البورجوازية.

وبقي الانتخاب لفترة طويلة معتبرا وظيفة وليس حقا يلزم من تتوفر فيه الشروط القانونية على المشاركة في اختيار الحكام.

ولبيان حق الانتخاب في الدستور الأردني وتعديلاته، سنناقش المحاور التالية :

اولا : تعميم حق الانتخاب في الدستور الأردني.

ثانيا : الانتخاب المحدود.

ثالثا : الانتخاب الاختياري والانتخاب الالزامي

رابعا : التصوت السري والتصويت العلني

أولا : تعميم حق الانتخاب

يؤدي تعميم حق الانتخاب إلى إعطائه لكل مواطن بلغ سن معينة (سن الانتخاب) وحتى وقت قريب اقتصرت ممارسة حق الانتخاب على الرجال دون النساء، ولم تعط المرأة حق الانتخاب إلا مؤخرا وأول ما طبق ذلك في بعض الولايات الأمريكية وفي انكلترا أعطيت المرأة منذ عام 1918 حق التصويت شرط أن لا يقل عمرها عن الثلاثين سنة ثم عمم على جميع النساء عام 1928 . وفي فرنسا أعطيت المرأة حق الانتخاب عام 1945، أما سويسرا فلم يقر هذا الحق للمرأة على الصعيد الفيدرالي إلا في عام 1971، ولم يعمم حق الانتخاب على الرجال في فرنسا إلا في عام 1848، أما في بريطانيا فقد اقر عام 1885 وفي بلجيكا طبق في أواخر القرن التاسع عشر، هذا يعني أن تعميم حق الانتخاب هو حديث نسبيا: (Menry Fabre, 1989: 233)

اما سن الأهلية السياسية هو عادة سن الأهلية المدنية وحتى وقت قريب كان سن الانتخاب 21 سنة الا ان غالبية الدول الأوربية عمدت إلى تخفيضه إلى سن الثامن عشر: (FABRE, 1984 : 233)

ولكي تحقق المساواة في الانتخاب يفترض ما يلي

1- منع الانتخاب التعددي الذي يعطي لمواطن ما تتوفر فيه صفات معينة حق التصويت أكثر من مدة ففي بريطانيا مثلا طبق نظام الانتخاب التعددي حتى عام 1948، حيث كان يسمح لحاملي شهادة في الدراسة الجامعة انتخاب ممثليهم في مقاطعاتهم الانتخابية بالإضافة إلى انتخاب ممثلين عن جامعاتهم في مجلس العموم، كما أن أصحاب المؤسسات الصناعية والتجارية والملاكين الذي تزيد ملكيتهم عن نسبة معينة كان يسمح

لهم بالتصويت مرتين، وفي عام 1948 الغي حزب العمال كل بقايا نظام الانتخاب التعددي.

2- ولكي تتحقق المساواة يجب : أن تتساوى المقاطعات أو الدوائر الانتخابية في نسبة تمثيلها في البرلمان فالمساواة تفترض أن يكون العدد الضروري من الناخبين لانتخاب نائب موحد بالنسبة لكل الدوائر الانتخابية هذا لا يعني أن تنتخب كل الدوائر العدد نفسه من النواب بل أن تكون النسبة بين عدد النواب وعدد الناخبين واحدة في كل الدوائر.

3- يجب أن يتم تسجيل المواطنين كافة وبكل دقة في اللوائح الانتخابية ولكي يتحقق ذلك يجب أن تقوم الدولة بإجراء إحصاء سنوي للناخبين في مختلف المقاطعات على أساس عنوان السكن، وهذا هو النظام المطبق في بريطانيا وهو نظام مكلف إداريا وماليا أما في فرنسا حيث يكتفي بالتسجيل الآلي للمواطنين فإن حوالي 6% من الجسم الانتخابي غير مقيدين في اللوائح الانتخابية، أي حوالي مليونين ناخب، وهم يتقاعسون عن المبادرة إلى تسجيل أنفسهم على أساس الدائرة السكنية

والتسجيل على اللائحة الانتخابية ضروري للممارسة حق الانتخاب وينظم التسجيل على أساس البلديات أو المناطق في المدن الكبرى، ويجب أن يتم التسجيل بطريقة لا تسمح للمواطن التصويت في أكثر من مرة. ويجب تجنب تزويد القوائم الانتخابية من خلال استغلال بعض التعقيدات. ومكافحة ذلك تفترض وضع تشريع مفصل ومعقد. ففي الولايات المتحدة ممثلا وبسبب الشروط التي تفترضها بعض الولايات من اجل التسجيل على اللوائح الانتخابية تم من الناحية العملية أبعاد عدد كبير من السود عن ممارسة حق الانتخاب.

وهو ما يسمى بالتصويت الكفء أي على أساس الكفاءة العلمية كأن يشترط على المواطن لممارسة حق الانتخاب المقدرة على تفسير نصوص الدستور أو الإلمام بالقراءة والكتابة.

أما الأهلية الانتخابية : تفترض المساواة في حق الانتخاب تعميمه على فئة من المواطنين قادرة على ممارسة ذلك فلكي يمارس المواطن حق التصويت يجب أن يكون بلغ سن الأهلية الانتخابية كما انه يجب أن يكون أهلا للتصويت أي غير محكوم عليه بحكم قضائي يحرمه من ممارسة حق الانتخاب بصورة دائمة أو مؤقتة، كما أن المرضى العقليين يمنعون عن ممارسة حق الانتخاب،هذه القيود لا تؤدي إلى إلغاء المساواة في حق الانتخاب لأنه لاغ بد من وضع ضوابط ومعايير تحول دون بعض الأفراد الذين لا تتوفر فيهم الأهلية المدنية من ممارسة حق الانتخاب.

ثانيا : الانتخاب المحدود (كادار، 1981: 224)

يمكن تضييق ممارسة حق الانتخاب انطلاقا من معيارين : معيار الثروة والغنى والدخل ومعيار الكفاءة العلمية .

1- التصويت الضريبي

وهو يرتكز على ثروة المواطن المقدرة على أساس الضرائب المباشرة التي يدفعها سنويا ، فلا يعتبر ناخب الا المواطنون القادرون على دفع الضريبة المحددة في قانون الانتخاب . وقد طبق نظام الانتخاب الضريبي في فرنسا بصور متعددة لغاية 1848 .

2- التصويت الكفيء

وهو اشتراط الكفاءة العلمية التي تعفي المواطن من شرط الضريبة اذا ما توفرت فيه شروط علمية معينة . وقد طبق هذا النظام في فرنسا في القرن التاسع عشر ، وفي عهد الجمهورية الرابعة طبق نظام التصويت الكفيء على مقاطعات ما وراء البحار اي المستعمرات الفرنسية.

وفـي الولايات المتحدة تشترط بعض الولايات لممارسـة حق الانتخـاب القرة علـى تفسير الدستور او أسس النظم السياسية او معرفة القراءة والكتابـة . ولـم يعد للتصويت الكفيء اليوم اي وجود . فكل الدول عمدت الى تعميم حق الانتخاب على مواطنيها دون اية قيود مالية او علمية.

3- الانتخاب المباشر والانتخاب غير المباشر : (كادار، 1981: 224)

غالبا مـايكون الانتخاب مباشر وخاصـة بالنسبة للمجالس الأولـى اي المجالس التي تمثل الشعب . فالشعب هو الذي يختار ممثليه في البرلمان .

امـا الانتخـاب غيـر المباشـر فإنـه لايسمح للمـواطنين اختيـار ممثليهم مباشرة بـل اختيـار نـاخبين ثانويين الذين يختارون بدورهم النواب . وعادة مايكون الانتخـاب غير مباشر علـى درجة او علـى درجتين .

ويطبـق نظـام الانتخـاب غيـر المباشـر فـي بعـض الـدول الديمقراطيـة بالنسبة لانـواع معينـة من الانتخابـات . وخاصـة بالنسبة لانتخابات مجالس الشيوخ . ففي فرنسا ينتخب مجلس الشيوخ مـن قبـل جـسم انتخـابي خـاص مكـون مـن اعـضاء الجمعيـة الوطنيـة واعـضاء الجمعيـات الاالاستشارية فـي المقاطعات والبلديات وبعض اعضاء المجالس البلدية . وفـي المانيـا الاتحاديـة ينتخب البندسرات بطريقة الاقتراع غيرا لمباشر علـى ثلاث درجات . فهو يتكون من ممثلين عن الحكومات في الاقاليم تختارهم السلطة التنفيذية المختارة بدورها من قبل البرلمانات الاقليمية .

ويمكن تطبيق نظـام الانتخـاب غيـر المباشـر بالنسبة لانتخـاب الاجهزة الحكوميـة وخاصـة فيما يتعلق بانتخاب رؤساء الجمهورية . ففي فرنسا في الفترة ما بين 1958 و1962 كـان رئيس الجمهوريـة ينتخـب مـن جسم انتخـابي خـاص قريـب مـن الجسم الانتخـابي الـذي ينتخـب مجلـس الشيوخ .

وفي الولايات المتحدة مازال رئييس الولايات ينتخب من الناحية القانونية بواسطة الناخبين الكبار المنتخبين بدورهم من قبل الشعب . فالشعب ينتخب الناخبين الكبار الذين ينتخبون بدورهم رئيس الجمهورية .

وفي سويسرا تنتخب الجمعية الفدرالية (البرلمان في مجلسيه) اعضاء ورئيس المجلس الفدرالي (الحكومة) .

ويعتبر اليسار الانتخاب غير المباشر وسيلة اقل ديمقراطية من الانتخاب المباشر لانه يؤدي إلى تزوير الإرادة الشعبية . ومع ذلك فإن من حسنات الانتخاب غير المباشر جعل الانتخاب أكثر موضوعية . ذلك ان الناخب نادرا مايعرف معرفة حقيقة المرشحين ولذلك نادرا مايستطيع الاختيار بصورة موضوعية . أما الناخبون الفرعيون، الأقل عددا ، فهم قادرون على إقامة علاقات مباشرة مع المرشحين وقادرون بالتالي على ممارسة اختيار واع . كما ان نظام الانتخاب غير المباشر يسمح للناخبين الثانويين في لعب دور هام وفعال في الحياة السياسية .

ويتم انتخاب اعضاء مجالس الشيوخ في الكثير من الدول بواسطة جسم انتخابي خاص مكون من الممثلين المحليين للشعب . فهؤلاء الممثلون المحليون بما لديهم من خبرة وتجربة قادرون على اختيار شيوخ مؤهلين للعب دور ايجابي في الحياة السياسية .

من سيئات نظام الانتخاب غير المباشر انه يؤدي اذا مااقتصرت كل انواع الانتخابات عليه الى عزل المواطن عن المشاركة المباشرة في شؤون السياسة . كما انه يؤدي الى سيطرة الاتجاه المعتدل امام التقلبات السياسية المفاجئة التي تشهدها اتجاهات الرأي العام .

ثالثا – الانتخاب الاختياري والانتخاب الالزامي :

يرتكز دعاة الانتخاب الالزامي على مبدأ السيادة القومية القاضي باعتبار الانتخاب وظيفة ، واجب يقتضي على المواطن القيام به . فالانتخاب استنادا لنظرية السيادة القومية ليس حقا بل واجبا يجب على المواطن القيام به ، اما المدافعون عن الانتخاب الاختياري فيستندون على مبدأ السيادة الشعبية . فالانتخاب يجب ان يكون اختياريا ، انه حق يعود لكل مواطن الذي يعتبر حرا في ممارسته او عدم ممارسته . والواقع ان الانتخاب هو في نفس الوقت حق وواجب اجتماعي . ويكون من المرغوب سياسيا اقرار الانتخاب الالزامي لدفع المواطنين الى القيام بواجبهم تجاه مجتمعهم تحقيقا للمصلحة العامة . الا انه من الناحية العملية نادرا مايؤدي اقرار الانتخاب الالزامي الى تغييرات هامة في تمثيل اتجاهات الرأي العام .

وترتفع نسبة الممتنعين عن المشاركة في الانتخابات الامة البرلمانية والرئاسية وفي الاستفتاءات في الدول الأوروبية لتصل الى 20% واحيانا 30% وعدم المشاركة في الانتخابات ليس ظاهرة سلبية نتيجة عدم اهتمام المواطن بالشؤون السياسية بقدر ماهو موقف سياسي رفضي . (Prelot, 1998: 50-51)

ولتجنب الامتناع عن المشاركة في التصويت عمدت بعض الدول- بلجيكا – ولوكسمبورغ – واستراليا – إلى إقرار التصويت الإلزامي تحت طائلة دفع غرامة للتمنع عن التصويت . وقد أدى ذلك إلى انخفاض ملموس في نسبة الممتنعين عن التصويت .

ووتعود نسبة كبيرة من الممتنعين إلى أسباب عادية مقبولة (المرضى، المسافرون، المهاجرون) . ويؤدي اقرار نظام الانتخاب بالمراسلة بواسطة توكيل الى خفض نسبة الممتنعين ، وتتوزع نسبة الممتنعين عن المشاركة في الانتخابات على مختلف التيارات السياسية مع ان

البعض يعتبرهم من التيار المعتدل ، فبين الممتنعين نسبة من المتطرفين والشبان والنساء المعمرات .

ولذلك يمكن القول انه اذا كان الانتخاب الإلزامي امرا مستحبا الا انه نادرا ما يؤدي إلى تغيير في نتائج تمثيل التيارات السياسية .

رابعا : التصويت السري والتصويت العلني :

تعتبر سرية التصويت من مستلزمات الديمقراطية . ومع ذلك فإن السرية لم تطبق الا حديثا في الدول الديمقراطية . ففي انكلترا اقرت سرية الانتخاب عام 1872 وفي فرنسا عام 1871 . (Henry fabre, 1984 : 233-236)

ومنن مستلزمات الانتخاب السري الحفاظ على حرية الناخبين . ومع ذلك فإن غالبية المفكرين السياسيين كانوا يؤيدون الانتخاب العلني . فمونتسكيو كان يرى ان علنية الانتخاب من قوانين الديمقراطية الأساسية ذلك انه يسمح بتنوير الناخبين تحمل مسؤولياتهم كما هي تعبير عن شجاعتهم المدنية .

هذا الرأي خاطئ ذلك انه يؤدي الى امتناع الكثير من الناخبين الذين تنقصهم الشجاعة عن المشاركة في الانتخابات . كما انه يؤدي الى تصويت فئة كبيرة منهم تطبيقا لتعليمات من رؤوسائهم . فالعامل سيضطر تحت طائلة الفصل من الخدمة الى التصويت كرب عمله ، كما ان التصويت العلني يسمح بانتشار الفساد ووسائل الضغط والاكراه .

وهكذا فإن التصويت العلني يؤدي الى تفويض حرية المواطن وافشال الديمقراطية لمصلحة فئة من الاليغاركية . واذا كانت سرية الانتخاب من ضرورات الديمقراطية فإن اعضاء المجالس المنتخبة ، اي الممثلين للشعب ، يجب ان يصوتوا بطريقة علنية في كل القضايا

باستثناء الانتخاب الذي يجب ان يكون سري لكي يتمكن المواطنون من فهم وادراك سلوكهم ومراقبتهم .

خلاصة القول انه بعد تطور استمر اكثر من قرنين اصبح الانتخاب اليوم عام ، مباشر اختياري ، وسري ، بعد ان كان محدودا وغير مباشر ، وهذا التطور في مفهوم الانتخاب تلازم مع تطور مفهوم الديمقراطية من مفهوم فلسفي نخبوي الى مفهوم سياسي جماهيري يرتكز على مبدأي المساواة والحرية .

المطلب الثاني

مراحل النظم الانتخابية في الأردن

النظم الانتخابية هي مجموعة القواعد التي تنظم عملية انتخاب الممثلين عن الشعب . فلابد من وجود مجموعة قواعد يتم على أساسها الانتخاب وفرز الأصوات واختيار الناجحين في الانتخابات . (شكر ، 1994: 118)

ويمكن تعريف النظام الانتخابي هو الطريقة التي يتم من خلالها تحويل الأصوات التي يتم الإدلاء بها في الانتخابات العامة إلى مقاعد للمرشحين أو للأحزاب وينشا النظام الانتخابي في ظل الظروف التالية : (صحيفة يمن، 2012 : 1)

1- الحدوث العرض نتيجة لتطورات أو سياقات تاريخية معينة وفي ظل غياب الوعي بالمزايا التي يوفرها كل نظام.

2- تنجي الدولة المحكومة بنظام استبدادي النظام ديمقراطي في وقتنا الحاضر والسعي لتبني نظام انتخابي يتواءم مع احتياجاتها ووفق دراسة دقيقة.

3- الأزمات السياسية الحادة التي تعود إلى تغيير النظام الانتخابي .

4- ظهور مطالب قوية بالإصلاح السياسي.

أما في الاستفتاء فالأمر مختلف . ففي كل الاستفتاءات يطبق نظام الانتخاب الأكثري على دورة واحدة . ذلك ان عملية الاستفتاء تقتصر على الموافقة او المعارضة على المشروع المطروح على التصويت . ويتم حساب الأكثرية على أساس مجموع الاصوات المقترعة . اما الممتنعين عن التصويت او الاوراق البيضاء فلا تدخل في حساب الأكثرية .

اما الأنظمة الانتخابية التي تستخدم في الانتخابات فهي متنوعة ويمكن تصنيفها بين الأشكال الأساسية التالية : نظام الانتخاب الأكثري على دورة واحدة او دورتين ونظام الانتخاب النسبي والنظام المختلط الذي يمزج بين التمثيل الأكثري والتمثيل النسبي على أساس قواعد متنوعة . وتصنف الأنظمة الانتخابية الأكثرية على أساس الدائرة الفردية او الدائرة الموسعة (شكر ، 1994: 118-121).

يتناول الباحث في هذا المطلب المحاور الآتية:

اولا : الدائرة الفردية والدائرة الموسعة :

ثانيا : الانتخاب الأكثري

ثالثا - التمثيل النسبي

أولا : الدائرة الفردية والدائرة الموسعة :

الاختيار بين الدائرة الفردية والدائرة الموسعة ومشكلة تقسيم الدوائر الانتخابية هي من المسائل السياسية الهامة التي تثير خلافات حادة بين الأحزاب السياسية بما لها من تأثير على نتائج الانتخابات .

فمع الانتخاب على أساس الدائرة الموسعة يتم تقسيم الدولة الى عدد من الدوائر الكبيرة . كل دائرة ممثلة بعدد من النواب يوازي نسبة عدد سكانها . ولا تطرح في الدوائر الواسعة مشكلة تقسيم الدوائر الانتخابية .

اما في الدائرة الفردية فإن الامر يتطلب تقسيم الدوائر الانتخابية الى دوائر متساوية مما يفترض اعادة نظر بصورة دورية بهذا التقسيم نتيجة لعوامل حركة السكان بين الدوائر . وغالبا ماتراعي في عملية تقسيم الدوائر الانتخابية الفردية الاعتبارات السياسية كأن تراعي مصالح حزبية أو كأن تلحق أطراف المدن بالدوائر الزراعية أو العكس . ويتم الحد من ذلك بإحدى طريقتين : أما الأخذ بنظام التقسيمات الإدارية أو إعطاء صلاحية تقسيم الدوائر إلى لجنة مؤلفة من أشخاص حياديين او ممثلين لمختلف الأحزاب السياسية أو إلى لجنة قضائية (شكر ، 1994: 118-119).

الاختيار بين نظام اللائحة ونظام الدائرة الفردية تفرضه اعتبارات عديدة . فمن حسنات الدائرة الفردية السماح بمعرفة المرشحين وبإقامة علاقة إنسانية مباشرة بين النائب وبين ناخبيه ، كما انه يؤدي إلى الحد من نفوذ الجماعات الضاغطة . اما سيئاته فأهمها تغليب الاعتبارات والمصالح الشخصية في عملية اختيار النواب على الاعتبارات والمصالح العامة كما انه يؤدي إلى إضعاف دور الأحزاب(شكر ، 1994: 118-119) .

اما الانتخاب على أساس اللائحة الأكثري او النسبي فإنه يسمح بصراع الافكار والأحزاب كما انه يقضي على الاقطاعيات الانتخابية ولكنه بالمقابل يؤدي الى ايجاد هوة بين النائب وناخبيه .

ثانيا : الانتخاب الأكثري

يعتبر الانتخاب الأكثري الطريقة الابسط والاسهل والاقدم بين مختلف الانظمة الانتخابية . وتطبيق بريطانيا والولايات المتحدة وبقية الدول الانكلوساكسونية نظام الانتخاب الأكثري البسيط (الدورة الواحدة) . اما فرنسا فإنها طبقت منذ زمن بعيد نظام الأكثري على دورتين الذي الغي بعد مجيء الاشتراكيين الى الحكم حيث اعتمد نظام الانتخاب النسبي(بوردو، 1984: 152-156) .

وتطبيقا للانتخاب الأكثري يعتبر فائزا المرشح الذي نال اكبر عدد من الاصوات ولو بفارق صوت واحد . في الأكثري البسيط يعتبر فائزا المرشح الذي نال الأكثرية البسيطة حتى ولو كانت هذه الأكثرية اقل من الأكثرية المطلقة للمقترعين . اما نظام الأكثري على دورتين فهو يتطلب لكي يعتبر المرشح فائزا ان ينال الأكثرية المطلقة في دورة الاقتراع الأولى . ولذلك فإن الانتخاب الأكثري على دورة واحدة يمكن تطبيقه بسهولة اكثر في الدول التي تعتمد الثنائية الحزبية . اما في الدول ذات التعددية الحزبية " ان نظام الدورة الواحدة يؤدي الى اضعاف مستوى التمثيل الشعبي ولذلك تعتمد هذه الدول نظام الانتخابات الأكثري كل دورتين(شكر ، 1994: 119-120) .

يسمح نظام الانتخاب الأكثري على دورتين للناخبين في الاختيار بين عدد كبير من المرشحين في الدورة الأولى . اما في الدورة الثانية فإن عدد المتنافسين يقل اذا يشترط عادة للمرشح لكي يتقدم بترشيحه مرة ثانية في دورة الاقتراع الثانية فإن عدد المتنافسين يقل إذ يشترط

عادة لكي يتقدم بترشيحه مرة ثانية في دورة الاقتراع الثانية ان ينال نسبة معينة من الأصوات . ففي فرنسا لايجوز لشخص لم يترشح في الدورة الأولى ان يترشح في الدورة الثانية كما انه لايقبل للدورة لثانية سوى المرشح الذي نال مالايقل عن12،5 % من مجموع الناخبين المسجلين اي مايوازي 15 الى 16% من اصوات المقترعين . (بوردو، 1984: 152-156)

اما فيما خص الانتخابات الرئاسية الفرنسية فإن المنافسة تنحصر في الدور الثاني في المرشحين اللذين نالا اكبر عدد من الاصوات في دورة الاقتراع الأولى . يؤدي نظامي الانتخاب الأكثري الى نتائج مشابهة .

1- نتائج الانتخاب الأكثري البسيط .

يؤدي الانتخاب الأكثري البسيط الى نتائج واضحة ومحددة . فهو يؤدي الى نظام الثنائية الحزبية . والدليل على ذلك الأنظمة الحزبية في بريطانيا والولايات المتحدة وبقية الدول الانكلوساكسونية ، وفي المانيا في الفترة مابين 1949 و1972، حيث كان يتم اختيار نصف النواب في البند السابع على أساس النظام الأكثري ، ويرتبط قيام الثنائية الحزبية بتوفر حد ادنى من التجانس ذلك انه في الدول التي توجد فيها اقليات دينية او عرقية او قومية يؤدي الى قيام أحزاب قومية استقلالية تهدد نظام الثنائية الحزبية .

القانون النفسي الذي يشجع قيام الثنائية يرتكز على قاعدة " الناخب يصوت بطريقة مفيدة " . بمعنى ان الناخب لايعطي صوته للمرشح الذي يرضيه اذا ما كان على قناعة ان هذا المرشح غير قادر على النجاح ، بل يؤيد المرشح الذي يزعجه اقل لكي يمنع المرشح الذي يزعجه اكثر من النجاح ، هذا " التصويت المفيد " يؤدي الى الحد من عدد الأحزاب وبناء نظام الثنائية الحزبية . فهو يؤدي الى جعل المعركة الانتخابية في كل دائرة معركة بين مرشحين أساسيين هما الاوفر حظا بالنجاح . (شكر ، 1994: 119-123)

يؤدي نظام الأكثرية على دورة واحدة الى زيادة في نسبة تمثيل الأكثرية واضعاف نسبة تمثيل الاقلية . ولقد اكتشف هذا القانون الحسابي ديفيد بتلر في دراساته التي نشرها عام 1947 والتي تعتبر من اكثر الدراسات علمية وموضوعية في العلوم السياسية . ولذلك تتمسك الأحزاب الكبيرة والهامة بنظام الانتخاب الأكثري رافضة نظام الانتخاب النسبي .

ففي إطار الثنائية الحزبية والنظام الأكثري على دورة واحدة اذا ما نال الحزبان الرئيسيان 905 مثلا من اصوات المقترعين وكان الفارق في نسبة االاصوات 1% يكون الفارق في نسبة التمثيل البرلماني بين 2,5 و 2,6 % .(بوردو، 1984: 152-156)

الأكثرية الانتخابية لحزب ما تعطيه اكثرية برلمانية اكثر مما حصل عليه من اصوات . اما اذا نال حزب ما اكثرية انتخابية ساحقة فإن هذا يؤدي الى احتكاره لكل المقاعد النيابية .

ولذلك فإن نظام الانتخاب الأكثري البسيط لا يؤدي الى عدالة في توزيع المقاعد النيابية بين الحزبين الرئيسيين .

2- نتائج الانتخاب الأكثري على دورتين :

لقد طبق نظام الانتخاب الأكثري على دورتين في اوروبا القارية منذ العصور الوسطى حتى 1914 .وهو مازال مطبقا في فرنسا حتى اليوم وفي سويسرا بالنسبة لانتخاب مجلس الدول في اغلبية الكانتونات .

يؤدي نظام الانتخاب الأكثري على دورتين الى اكثرية واضحة ولكنه يشجع التعددية الحزبية . الأكثرية هي ثمرة الدورة الثانية التي تفرض على الناخب والانتخاب المفيد ". ففي الدور الأول تتوزع الاصوات بين مختلف الأحزاب اليسارية واليمينية . وغالبا ماتنحصر المنافسة في الدور الثاني بين مرشحين : واحد يمثل اليمين واخر يمثل اليسار .

التعددية هي نتيجة لنظام الانتخاب الذي يسمح بحرية كبيرة للناخبين وللأحزاب في الدور الأول ، ولكنه يكره الأحزاب على الائتلاف في الدورة الثانية كما انه يكره الناخبين على الاختيار بين احد المرشحين الاثنين .

اذا كانت أحزاب اليمين الوسط واليسار الوسط قوية فإن نظام الانتخاب الأكثري على دورتين يؤدي الى نتائج سياسية معتدلة ، اما اذا كانت الأحزاب المتطرفة هي المسيطرة فإن النظام الانتخابي يؤدي الى زيادة حدة الصراعات السياسية . ولا يؤدي نظام الانتخاب الأكثري على دورتين بالضرورة الى قيام تعددية حزبية ذلك انه من الممكن ان يؤدي الى قيام ثنائية او شبه ثنائية كما كان الامر في بلجيكا طيلة القرن التاسع عشر .

3- نتائج الانتخاب على أساس القائمة (دورة واحدة او دورتين) :

يسمح نظام الانتخاب على أساس القائمة للمواطن باختيار عد من المرشحين . ونظام اللائحة على نوعين : (كادار، 1981: 225-227)

أ- الانتخاب بالقائمة المعدلة

وهو يعطي الناخب حرية في اختيار العدد المطلوب من النواب . وهذا يعطيه الحق في التبديل . وهذا هو النظام الانتخابي المطبق في لبنان . فالناخب يختار عدد من المرشحين يوازي عدد المقاعد المخصصة للدائرة .

ب-الانتخاب بالقائمة المجمدة

وفي هذا النظام يعود الى الأحزاب حرية وضع اللوائح للمرشحين ويصبح على الناخب التقيد بها . وفي هذا النظام تفوز اللائحة بأكملها او تخسر كل المقاعد النيابية في الدائرة الانتخابية .

ثالثا – التمثيل النسبي

يعود نظام التمثيل النسبي الى حوالي قرن من الزمن . وهو قد انتشر في القارة الاوروبية حيث تطبقه كل دول اوروبا الغربية باستثناء بريطانيا . ويؤمن نظام الانتخاب النسبي لكل حزب نسبة في التمثيل البرلماني تعكس نسبة الاصوات التي حصل عليها . ويرتبط نظام التمثيل النسبي بنظام اللائحة او الدائرة الموسعة . فاذا افترضنا دائرة من 100 الف ناخب ممثلة بخمس مقاعد ، ونال حزب أ 60 الف صوت وحزب ب 40 الف تتوزع المقاعد النيابية بين بين الحزبين فيكون لحزب أ ثلاثة مقاعد وحزب ب مقعدين . ولذلك فإن نظام الانتخاب النسبي هو النظام الذي يسمح لكل حزب بأن يتمثل في البرلمان بنسبة عدد الاصوات التي نالها ، بحيث تتوزع المقاعد النيابية في الدائرة الانتخابية على اكثر من حزب . فالأساس النظري لنظام الانتخاب النسبي نجده في مفهوم المساواة والعدالة ، ولذلك فهو نظريا النظام الافضل للتمثيل الشعبي . (Perlot, 1975: 52-92).

وقد كان تطور النظم الانتخابية في الأردن على النحو التالي:

1) النظام الانتخابي الأردني حتى عام 1928 :

وضع أول قانون للانتخاب في الأردن عام 1923، حيث قرر الأمير عبد الله في ذلك العام تشكيل لجنة أهلية لوضع مشروع قانون الانتخاب أول مجلس نيابي للإمارة إلا أن السلطات البريطانية حالت دون تنفيذه، وفي العام 1928 وقعت المعاهدة الأردنية البريطانية، كما تم نشر القانون الأساسي للإمارة، (الدستور)، فبادرت الحكومة الأردنية إلى وضع قانون للانتخاب حيث كان النظام الانتخابي فيه يتخذ شكل النظام الانتخابي غير المباشر.(المجالي، 1993 : 1-3).

وتم انتخاب أعضاء المجالس التشريعية الخمسة بنظام الانتخاب غير المباشر، إذ أوضحت المادة (6) من قانون الانتخاب لعام 1928 أن انتخاب أعضاء المجلس التشريعي يتم

من خلال انتخابات أولية وثانوية، يتم انتخاب الأعضاء الثانويين في المرحلة الأولية، ويقوم المنتخبون الثانويون بانتخاب أعضاء المجلس التشريعي في المرحلة الثانية.

2) النظام الانتخابي الأردني حتى عام 1974

بعد إعلان الاستقلال صدر قانون الانتخاب رقم (9) لسنة 1947، الذي تغير بموجبه نظام الانتخاب، بحيث أصبح الانتخاب مباشرا باستثناء دوائر البدو التي بقي فيها الانتخاب غير مباشر، ثم عدل قانون الانتخاب بعد توجيه الضفتين ليتم مضاعفة عدد أعضاء مجلس النواب من اجل تمثيل سكان الضفة الغربية، وبهذا صدر قانون رقم (55) لسنة 1949، صم صدر بعد ذلك قانون الانتخاب المؤقت رقم 32 لسنة 1958، الذي أضيف بموجبه عدد آخر من المقاعد لمجلس النواب، ثم القانون رقم (24) لسنة 1960 الذي عدل طريقة الانتخاب بحيث أصبح الانتخاب على أساس منح جميع الأردنيين حق الانتخاب المباشر من دون استثناء، ثم صدر القانون رقم (40) لسنة 1962م، الذي جرى بموجبه تعدل وضع بعض الدوائر، ثم القانون رقم 8 لسنة 1947 الذي والترشيح لعضوية مجلس النواب. (الكفارنة، 2009 :1-3).

حيث كان للناخب وفق الأنظمة الانتخابية الصادرة بموجب قوانين الانتخاب أن يصوت لأكثر من مرشح دون أن يعني ذلك اعتماد طريقة الانتخاب بالقائمة، فالترشح يتم وفقا للقانون بشكل فردي وليس على أساس القائمة، كما أن القانون لم يشر مطلقا للقوائم.

3) النظام الانتخابي الأردني لعام 1989

إن النظام الانتخابي لسنة 1989 هو المسمى السياسي لنظام الكتلة الذي يندرج تحت أنظمة الأغلبية وليس النسبية، ومن هذه التسمية يرجع إلى سنة تطبيق هذا النظام في الأردن، وهي المرة الوحيدة التي انتخب فيها مجلس النواب وفقا لهذا النظام، والذي صدر بموجب قانون الانتخاب رقم (22) لسنة 1986 وهكذا شكل قانون الانتخاب لعام 1986 في الصيغة التي

جرت عليها انتخابات عام 1989 الأساس الذي دشن مرحلة الانفراج السياسي والتحول الديمقراطي في المملكة .(العبادي، وكشانتش، 2006 : 3).

وبالرغم من ذلك تعرض قانون الانتخاب لعام 1986،سواء في سياق انتخابات 1989 أو فيما بعد إلى العديد من المطالبات بتعديله، بما يجعل منه قانونا عصريا وأكثر ديمقراطية، حيث يسهم أحيانا هذا النظام في تضخيم الاختلال الناتج عن نتائج الاقتراع وخصوصا إذا قام احد الأحزاب القوية بتسمية مرشحين عن كامل مقاعد دائرة ما، وبالتالي يستطيع الفوز بجميع مقاعد هذه الدائرة، كما يمكن أن تحصل بعض الانقسامات داخل بعض الأحزاب نتيجة تنافس مرشحي الحزب الواحد على أصوات الناخبين، إلا أن التعديل الذي جرى على هذا القانون اخذ بنظام الصوت الواحد.

4) النظام الانتخابي الأردني لعام 1993 :"

استبدل المشرع الأردني قانون الانتخاب لعام 1986 بقانون الانتخاب المؤقت رقم (15) لعام 1993، وتبنى هذا القانون مبدأ الصوت الواحد، بحيث يكون للناخب بمقتضاه مرشح واحد يصوت له في الدائرة الانتخابية بغض النظر عن المقاعد المخصصة لتلك الدائرة، وهو نظام قريب من نظام الانتخاب الفردي، وقد جرت بموجب هذا النظام انتخابات عام 1993، وانتخابات عام 1997، وتعرض هذا النظام منذ ذلك التاريخ إلى انتقادات واسعة من جميع أطياف المجتمع الأردني (الكفارنة، 2009 : 2-3).

المبحث الثاني

الدعاية الانتخابية وبلورة الوعي السياسي

يعتبر الاهتمام بتنمية الوعي الانتخابي للناخبين والمرشحين على حد سواء أمرا ينطوي على قدر كبير من الأهمية لاعتبارات عدة منها : علاقة الوعي الانتخابي بالمشاركة السياسية، بمعنى آخر كلما زاد وعي الناخبين بقواعد العملية الانتخابية وأبعادها المختلفة زادت مشاركتهم بالانتخابات ، فتنمية الوعي الانتخابي لدى الناخبين قد يمثل احد الضوابط المهمة في سلوك المرشحين، ومنهم من المبالغة في برامجهم الانتخابية ، من اجل اكتساب أصوات الناخبين.(الوفد، 2015 : 1).

يتناول الباحث في هذا المبحث المطلبين الآتيين :

المطلب الأول : تشكيل الوعي الانتخابي لدى الناخب.

المطلب الثاني : علاقة الدعاية الانتخابية بالمشاركة السياسية

المطلب الأول

تشكيل الوعي الانتخابي لدى الناخب

للوعي الانتخابي دور هام في تمكين فئات المجتمع كافة وخاصة فئة الشباب من لعب دور مؤثر وفاعل وجاد في الانتخابات بكافة أشكالها سواء كانت نيابية (برلمانية) أم بلدية (محلية) أم اللامركزية، بما ينسجم والمصلحة الوطنية، وتشكيل الوعي الانتخابي لدى الشباب من خلال اختيار المرشح الأصلح، وذلك بإزالة حالة التوجس والشك لدى المؤسسة الانتخابية من خلال حلة الوعي القدرة على إفراز مجلس نيابي قادر على مراقبة الحكومة ووضع تشريعات متقدمة تتناسب والأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية القائمة مع ضرورة صياغة خطاب شبابي متزن وقادر على تفهم حاجات ومتطلبات الشباب في الانتخابات.(الأغوات، 2016: 1).

يتناول الباحث في هذا المطلب المحورين التاليين :

أولا : تشكيل الوعي الانتخابي لدى الناخب الأردني.

ثانيا : المشاركة السياسية ودورها في تشكيل الوعي الانتخابي.

أولا : عوامل تشكيل الوعي الانتخابي لدى الناخب الأردني :

يشكل الوعي السياسي لدى الناخبين من خلال النشاط الذي يقوم به المواطنون العاديون بقصد التأثير في عملية صنع القرار الحكومي سواء أكان هذا النشاط فرديا أو جماعيا منظما أو عفويا متصلا أو منقطعا ، سلميا أم عنيفا، شرعيا أم غير شرعي، فعالا أم غير فعال، فالمشاركة السياسية بهذا المفهوم بنظر إليها كمطلب لأفراد المجتمع بمختلف فئاته وتنظيماته ، ومن ثم لا بد من خلق قنوات مناسبة للمشاركة في الانتخابات والتعبير السياسي والتطلعات بما يخلق قناعات لدى المواطنين، يشعرون من خلالها بأنهم أعضاء في النظام السياسي ويساهمون في صناعة القرار بالتساوي، هذا القرار سيطبق عليهم في النهاية أو يتأثرون بعواقبه بشكل أو بآخر وايجابية المشاركة في الانتخابات البرلمانية كما دلت ممارستها في الأنظمة الديمقراطية هي خيار استراتيجي لأي نموذج تنموي لأنه يعزز شرعية النظام السياسي ويبني المؤسسات الديمقراطية وهو ما يجعل الأفراد يشعرون بحق المواطنة الكاملة، ومن ثم يساهمون في تماسك البلاد والشعور بواجب المشاركة السياسية في عملية الانتخابات النيابية والبرلمانية والبلدية (المحلية) واللامركزية ومن ثم يقود ذلك إلى المشاركة في عملية التنمية والدفاع عنها.(الخزاعلة، 2014 : 98-99).

إن الوعي السياسي هو المرحلة الأولى من مراحل المشاركة السياسية من خلال المشاركة في الانتخابات بأنواعها والتي تتدرج من الاهتمام السياسي إلى المعرفة السياسية ثم التصويت السياسي وان ارتفاع مستوى الفرد بأبعاد الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية تعد من المنطلقات .

ثانيا : المشاركة السياسية ودورها في تشكيل الوعي الانتخابي :

إن المشاركة السياسية وفقا (سيدني فيربا Sidney verba) وهي : النشاطات القانونية من قبل المواطنين في القطاعات الخاصة والذين يهدفون بشكل أو بآخر من خلال هذه النشاطات إلى التأثير على اختيار الأشخاص في الحكومة أو الإجراءات والأعمال التي تتخذها الحكومة.(verba, 1978 :46) .

وهذا التعريف يتضمن فقط النشاطات القانونية ويستثنى الشغب والمظاهرات كما عرف ما يرون وينر (Mgron wiener) المشاركة السياسية بأنها فعل تطوعي ناجح ومنظم أو مستثمر على شكل سلسلة متصلة، يوظف بصورة شرعية أو غير شرعية الطرق التي تهدف للتأثير على اختيار السياسات العامة، وقد استثنى وينر النشاطات الحكومية من هذا التعريف وعلى سبيل المثال المنظمات والتجمعات الحاشدة الواقعة تحت إشراف الحكومة، كما استثنى أيضا الانتخابات ذات المرشح الواحد لان المواطن لا يملك خيار انتقاء المسؤولين الحكوميين .(weiner, 1971 : 164).

إن المشاركة السياسية تعتبر أساس العمل الانتخابي الديمقراطي وذلك من خلال اتساع الاقتراع الشامل وامتداده بدرجات متفاوتة مختلفة من بلد إلى آخر لكل أعضاء المجتمع، حيث الرجال مثل النساء من خلال أيضا المؤسسات الشرعية، التي تشجع اللقاءات والتجمعات السياسية والتواجد الحزبي أو التنظيمي، وحق وضع الملصقات للدعاية الانتخابية، والقيام بالاتصالات بين المرشح والناخبين وغير ذلك، حيث يساهم ذلك في تشجيع المشاركة وتطبيق الشرعية السياسية مما يجعل الإنسان كائنا سياسيا ، إن المشاركة السياسية تجد لها مناصرين

وراغبين في تطبيق هذه الأفكار على ارض الواقع والوصول للسلطة السياسية.(مشاقبة، 2001 : 255).

- جماعات الضغط : وهي من ضمن المؤسسات التي تساهم في أسباب الوعي السياسي والانتخابي للأفراد، وذلك من خلال طرح قضية ما حول قضايا الوطن والانتخاب، والهدف الاتجاه مع مصالح الأفراد، وهي تعريف في بلدان أخرى باللوبي، حيث تقوم تلك الجماعات بالضغط على الحكومة أو الدولة لتنفيذ مطالب ورغبات الشارع، فهي تفرض من خلال الضغط على المؤسسة السياسية سلوك ما يتأثر به الفرد، وهي أيضا تقوم في الخفاء بتمويل حملة انتخابية ما، وقد تشكل تلك الجماعات عشائر أو رؤساء عشائر أو نقابات مهنية تفرز الوعي السياسي وتأثيرها كذلك على العمليات الانتخابية وصنع القرار السياسي بما يخدم مصالح الجماعات.(الأسود، 1990 : 276).
- وسائل الإعلام : تطورت وسائل الإعلام حاليا بعد تطور التكنولوجيا متأثرة بالعولمة حيث أفرزت تلك التكنولوجيا فضائيات وشبكات معلوماتية غزت العالم من خلال برامجها الكثيرة وتحول العالم بفضل العولمة إلى قرية صغيرة جدا، وأتاحت لكل فرد ومواطن الوعي واكتساب السلوك المتطور وشكلت لدى الفرد الوعي السياسي والانتخابي من خلال نقل أحداث العالم أمام المشاهد فلم يعد شيئا مخفا وصور وسائل التواصل الاجتماعي التي عملت على إظهار كل المعلومات والتي أصبحت تشكل الوعي والسلوك السياسي للناخب من خلال استعراض البرنامج السياسي للمرشح وذكر محاسن ومساوئ المرشح.(جرير، 2000 : 277) .

شعور افرداها بالولاء والانتماء وبناء شخصية الطفل وصقل شخصيته من خلال تثقفيه عن طريق فهم قيم وعادات وتقاليد وأعراف المجتمع.(ظاهر، 1988 : 412).

ولمناهج الدراسة كذلك دور هام ورئيس في اكتساب الطفل الوعي السياسي والانتخابي من خلال ما يتم قراءته ودراسته عن النظام السياسي الحاكم، دور الحكومة، دور الوزارة دور الجيش، دور مجلس النواب، في كل القضايا الوطنية والإقليمية والقومية والدولية.

- الجامعة : الجامعة دور أساس وحيوي وبارز في حياة الفرد حيث أن دور الجامعة بالنسبة للفرد ما يلي:
- المساعدة في صنع القرار السياسي.
- تعتبر بمثابة قوة ضغط على الحكومة.
- تزويد الفرد بالمعرفة.
- العمل على تثقيف المجتمع المحلي.
- تعمل على زيادة الوعي السياسي والانتخابي ونشره بين الطلبة.
- المؤسسات الرئيسية منها :

1- الأحزاب السياسية : والأحزاب السياسية من أهم العناصر المشكلة للوعي السياسي والانتخابي لدى الناخب، وذلك لأنها يقوم بادوار مختلفة، وهي تعد رافدا لتجربة الديمقراطية ومكونا أساسيا للوعي السياسي، حيث انه كلما ازدادت فاعلية الأحزاب في عمق المجتمع أصبحت التجربة الديمقراطية الناتجة عن الانتخاب أكثر قوة ومناعة (نوفل، 1997 : 125) .

إن الحزب السياسي هو تنظيم قائم على مبادئ معنية تستطيع أن السياسي والاجتماعي للناخب من خلال مراقبة تلك العلاقات وتقمصت أسلوب النشاط الأفضل .

- أنماط العلاقات في المجتمع المدني وتبنيها للأفكار المثالية ومستوى الإرادة والإيمان بمصالحها، وقد تكون تلك المؤسسات سياسية أو غير سياسية أو إنتاجية، أو خدمية

مثل الأحزاب السياسية والنقابات العمالية والجمعيات الخيرية والهيئات الحرفية، وهذا يعني أن هناك مقومات هامة لبناء مؤسسات المجتمع المدني التي لها دور في تزويد المواطن بالوعي والحرية والإرادة والفكر التعددي والتي تسعى إلى تحقيق المصالح العامة التي تهتم بالمجتمع المدني.

وهناك عدة عوامل أخرى لها دور أساس في تشكيل الوعي الانتخابي لدى الناخب والكفيلة باكتساب وعي سياسي عقلاني بحيث يكون لديها القابلية على تحليل الأحداث تحليلا موضوعيا وأكاديميا وهي تتمثل بمؤسسات التنشئة السياسية والطبيعية والسوسيولوجية للمجتمعات البشرية، ومن اجل التعرف على طريق اكتساب الوعي السياسي هناك نوعين من مؤسسات التنشئة الاجتماعية وهي على النحو التالي : (ظاهر، 1982: 39-40)

1) الأولية (الأسرة) : وهي النواة الأولى في تلقي البيئة السياسية حيث يبدأ الطفل باكتساب الوعي بنفسه ككائن حي له مقوماته الذاتية وكذلك اكتساب الوعي السياسي من خلال الوسط الاجتماعي الذي يعيش فيه.(الأسود، 1990 : 438).

والطفل الذي يعيش في أسرته يكتسب من خلالها معظم المفاهيم والمصطلحات، وتعرف على الوضع والواقع السياسي بشكل بدائي من خلال التعرف على رموز السلطة وبعض الأمور المتعلقة بالانتخابات من دون أي يكون لذلك الطفل أي تحفظات سياسية والطفل يمر في مستويات أربعة تعتبر ضرورية في حياة أي طفل وتلك المداخل أشار إليها ديفيد ايستون David Easton وهي على النحو التالي :

المستوى الأول : مستوى التسييس Politisation في هذا المستوى يشعر الطفل بوجود عالم سياسي، وأمور ومواقع سياسية في محيطه الأسري والمجتمعي.

المستوى الثاني : مستوى الشخصية prrsonnalistion يتعرف الطفل على بعض الوجود السياسية، ويدرك دور الزعيم في السلطة، وقد يصل الطفل إلى مرحلة معينة من حياته في العالم العربي وهو يرى نفس الزعيم ونفس الأسلوب لا يتغير ولا تبديل.

المستوى الثالث : مستوى التصور وتكوين قيم معينة ومحددة Idealisation يبدأ الطفل في هذه المرحلة يكون قيم ومفاهيم ومصطلحات معينة، وكذلك ردود فعل مرغوبة أو غير مرغوبة، وقد يحقق الطفل في هذه المرحلة نوعا من الاستقلال في آرائه وأفكاره ومعتقداته وتصوراته.

2) المدرسة : تساهم المدرسة كأحد عوامل التنشئة الاجتماعية في اكتساب الوعي السياسي، حيث تعمل المدرسة على تنشئة السلوك السياسي للفرد بعد العائلة حيث تمثل المدرسة دورا هاما في صياغة الأفكار والاتجاهات الموجودة في المجتمع وذلك باعتبار المدرسة النظام التربوي الرسمي التي تقوم بعمليات التدريب واكتساب التنشئة وتعمل على تعميق في المصالح الاجتماعية بتباينات القيم والأفكار التي تتبناها تلك القوى، وفي بعض الأحيان يكون للمثقفين العضويين دور مهم في إنتاج الخطاب الأيديولوجي في المجتمع.

3) الأساس القانوني : وهو الأساس الذي تجسده الدولة ويمثل الوحدة الحقوقية التي تدعو إلى المساواة في حقوق وحريات المواطنين وبالتالي فإن المجتمع المدني بما فيه من أفراد يمثلون إلى تنظيم وقواعد معينة لها دور الوعي التي تعتبر إطارا للمواطنة والحريات والقانون. (ظاهر، 1982: 40-41)

4) تأثير القرار والسياسات التي تنتج عن الدولة من خلال أدوات ومسائل عديدة وغير سلمية، ومنها على سبيل المثال : المجالس النيابية، ومجالس الشورى

ووسائل الإعلام ، وجماعات الضغط والمصالح المنظمة وأعمال الاحتجاج الجماعي بكافة أشكالها منت مظاهرات وإضرابات واعتصامات وممارسة العنف بصورة منظمة أو غير منظمة.

5) التناغم والتفاعل والصراعات الانقسامات داخل المؤسسة السياسية بسبب الأفكار أو النشاطات السياسية لها دور في تشكيل الوعي الانتخابي من خلال فكر الناخب الأردني، ويتشكل الوعي كذلك من خلال تناقضات المجتمع وتعدديته ، حيث تكون ديناميكية المجتمع وإبداعه.

6) كافة أشكال العلاقات بين مؤسسات الدولة من جهةت من استغلال أو انفصال أو حرية له دور واضح في تشكيل الوعي .

أولا : عوامل تشكيل الوعي الانتخابي لدى الناخب الأردني

هناك مجموعة من الأسس لها دور فاعل في تشكيل الوعي الانتخابي الأردني لدى الناخب (العكش، 2006 : 22-25)

1- الأساس السياسي : هو الصنعة التي تسمح لمختلف القوى في المجتمع بالتعبير عن مصالحها وآرائها بطريقة سلمية ومنظمة والديمقراطية هي انسب صيغة لتنامي المجتمع المدني، فعلى الرغم من تعدد اليتها، إلا أنها تقوم على أساس التعدد السياسي، والفكري وحرية إقامة التنظيمات والمؤسسات السياسية وغير السياسية واحترام مبدأ تداول السلطة والرقابة السياسية، وتوفير الضمانات لاحترام حقوق المواطنين وحرياتهم فمتى تقوى وتدعم قوى ومؤسسات المجتمع

المدني فإنها ستساهم في تثبيت كنظام للحكم فهذا هو المجتمع هو الأرضية التي ترتكز عليها الصيغة الديمقراطية بقيمها وعلاقاتها ومؤسساتها.

2- الأساس الاقتصادي : والمقصود به تحقيق درجة من التطور الاجتماعي والاقتصادي استنادا إلى نظام اقتصادي يرتكز على دور كبير للقطاع الخاص والمبادرات الفردية وبالتالي يسمح للأفراد بإشباع حاجاتهم الأساسية بعيدا عن الدولة لأنه يجب أن يقتصر تدخلها في المجال الاقتصادي على وضع بعض القواعد التنظيمية للأنشطة الخاصة، بالإضافة إلى القيام بالمشروعات والصناعات التي يعجز القطاع الخاص عن القيام بها ذلك إذا تدخلت في مختلف أوجه النشاط الاقتصادي والاجتماعي تقلص من إمكانية المجتمع المدني المستقل عن الدولة.

3- الأساس الأيديولوجي : وهو الأساس الذي يحوي قيم وإيديولوجيات سائدة لدى القوى وفئات المجتمع في حين يعارض بعضها الأيديولوجية الكلية التي تتبناها الدولة وترتبط التباينات الأساسية للمشاركة السياسية الفاعلة لا سيما وان المشاركة السياسية تعد من الإشكاليات المهمة التي تواجه المجتمعات في طريقها نحو التنمية وفي هذا الإطار يؤدي دور الحملات الانتخابية إسهاما كبيرا من ناحية تزويد الشباب والأفراد بشكل عام بالمعلومات السياسية وتدعيم وتعميم ثقافتهم وذلك عن طريق مؤسسات اتصالية سواء مباشرة أو غير مباشرة مثل الأسرة المدرسة الجامعة أو غير مباشرة مثل الأحزاب السياسية والتنظيمات ووسائل الإعلام.(معاوي، 2014 : 1140) .

ويشير مفهوم الوعي السياسي والذي يشمل حسب رأيي الوعي الانتخابي إلى رؤية أعضاء الفئات الاجتماعية في المجتمع للنظام السياسي القائم والعمليات السياسية والممثلين السياسيين وأهداف وبرامج التنظيمات السياسية ومواقعهم منها، ومدى مشاركتهم في نشاطها ووضع وتوجيه القرارات السياسية في المجتمع وتعتبر المعرفة السياسية هي المتنبئ القوي والأفضل لإعداد المعلومات السياسية وتتضح أهمية الوعي السياسي خاصة في العمليات الانتخابية وقد أكدت عدة دراسات على ذلك سيما التأثيرات المستقبلية للمعلومات الخاصة بالعديد من السلوكيات الانتخابية للأشخاص حيث أن الوعي السياسي يعتبر مصدر من مصادر التنشئة السياسية التي تعد مصدرا لاكتساب الوعي السياسي وذلك عن طريق ما يعرف بمؤسسات التنشئة السياسية على اعتبار أنها المصدر الرئيسي والمباشر لخلق الوعي لدى المواطنين تصورهم عن الحياة السياسية وغير السياسية.(معاوي، 2014 : 65).

وهكذا يتبين لنا أن المشاركة السياسية لها دور واضح في تشكيل الوعي السياسي الذي يقود المرشح إلى وضع برنامج انتخابي يتناسب ومتطلبات المجتمع السياسية والاقتصادية والعسكرية والثقافية والاجتماعية، إذ أن الوعي السياسي ينشا مع الفرد منذ طفولته لا بل هو احد مصادر التنشئة الاجتماعية.

المطلب الثاني

علاقة الدعاية الانتخابية بالمشاركة السياسية

إن الدعاية الانتخابية هي نشاط إنساني انتخابي يهدف إلى التأثير في السلوك الآخرين عن طريق غرس بعض الأفكار الآراء والمعتقدات في أذهانهم تتميز بأنها عملية نفسية تركز على الجانب الانفعالي، تتميز بأنها عملية نفسية في أصلها تركز على الجانب الانفعالي عند الإنسان فتخاطب عواطفه وميوله واستعداداته وكل من شانه أن يؤدي إلى خلق حالة من التهيؤ النفسي الذي يساعد على تحقيق عنصر الاستجابة عند الإنسان، ويدفعه إلى تبني مضمون الأفكار التي يطرحها وتقصدها الدعاية، كذلك تتميز الدعاية بأنها عملية اجتماعية تحقق وظيفة اتصالية في المجتمع رغم أنها أداة من أدوات السياسة وتستهدف هدفا سياسيا بعينه، ومن هنا تبرز الغاية في العملية الدعائية فهي عملية هادفة بطبيعتها تعمل لتحقيق غاية معينة . (ناصر، 2007 : 1-2).

إن زيادة الوعي الانتخابي العام بالعملية الانتخابية عاملا أساسيا في زيادة نسبة المشاركة في الحياة السياسية بشكل عام والعمليات الانتخابية بشكل خاص ، ومن هذه الحقيقة تلتزم كل إدارة انتخابية بنهج التوعية والتثقيف بالعملية الانتخابية بهدف زيادة الوعي الشعبي بأهمية المشاركة السياسية وأهمية المشاركة الانتخابية من خلال ممارسة الحقوق المنية والسياسية بفعالية ، بما يشمل كافة شرائح المجتمع كالشباب والمرأة والأشخاص ذي الإعاقة .(الهيئة المستقلة للانتخاب، 2006 : 1).

والملك يقول في هذا الشأن : " يترتب علينا في هذا المجال مسؤولية جماعية في احتضن القيم والممارسات الديمقراطية والاستمرار في تطويرها مستقبلا، من خلال تجذيرها في

منظومتنا القيمية والتربوية والتشريعية عبر حملات التوعية والمناهج ، وتمكين المؤسسات الوطنية المسؤولة عن صون هذه القيم والممارسات.(وكالة الوقائع الاخبارية، 2014: 1)

ومن هنا تأتي أهمية الدعاية الانتخابية لأجل المشاركة السياسية فمن خلالها يتم تجذير القيم والديمقراطية وتطوير المنظومة القيمية والتربوية والتشريعية.

إن الدعاية الانتخابية إنما تهدف من خلال المشاركة السياسية الوصول إلى تحقيق الأهداف التالية : (أو حبلة، 2016 : 1-5) :

1) تختلف الدعاية الانتخابية من حيث الهدف فهناك دعاية انتخابية تصمم من اجل الفوز، وهناك دعاية انتخابية تصمم من اجل الشهرة وكسب الصيت والوجاهة، وهناك دعاية انتخابية تصمم من اجل تشتيت الأصوات عن مرشحين آخرين وتنتهي بالخسارة.

2) إن بعض الحملات (الدعاية) الانتخابية يتم صناعتها بشكل ارتجالي بعيدا عن المنهجية دون الاعتماد على أي معوقات ميدانية مستوحاة من واقع الدائرة الانتخابية وموازين القوى والقدرة على إدارة التحالفات لذلك تفشل في تحقيق أهدافها، وتتلخص في إعداد كسب تأييدهم وضمان تصويتهم لصالح المرشح أو الكتلة من خلال تنفيذ البرنامج الانتخابي الذي يلبي احتياجات الناخبين في هذه الدائرة وهنا يجب أن يتلائم البرنامج الانتخابي للمرشح أو الكتلة مع الصورة الذهنية المحببة والمرغوبة لدى الناخبين في هذه الدائرة.

3) إن من المهم عدم إطلاق الوعود الكاذبة التي لا يمكن تحقيقها حتى ولو بادر المرشحون المنافسون إلى رفع سقف الوعود ومن المهم التأكيد هناك على الصدق والواقعية.

4) إن العناصر الأساسية لتحقيق الدعاية الانتخابية هو رصانة الشعار الانتخابي وترجمة هذا الشعار إلى واقع ملموس ، كلما كان الانطباع ايجابيا كلما كانت البداية موفقة

وناجحة، فالصورة الذهنية التي يكونها الناخبون عن المرشح للوهلة الأولى من أهم العناصر التي تحقق أهداف الدعاية الانتخابية ، والتي يمكن ترسيخها في أذهان وعيون الناخبين بالاعتماد على ثلاثة عناصر أساسية هي :

أ) الاسم.

ب) الصورة.

ج) الشعار الانتخابي

إن الأهداف الحقيقية لدعاية الانتخابية في الأردن إنما تهدف لتحقيق أهداف كثير ومن خلال مواقع التواصل الاجتماعي العام 2016 لانتخاب مجلس النواب الثامن عشر، كانت أهداف الحملة أو الدعاية الانتخابية على النحو التالي : (سامح، 2016 : 1-4).

1- هناك من يرى أن 70% من المرشحين يلجئون إلى الدعاية الانتخابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إضافة إلى الدعاية التقليدية أي ملصقات الشوارع، حيث يرى البعض من المواطنين أن الفيسبوك وسيلة فعالة لتحقيق أهداف الجمهور والوصول إليه وان الفيسبوك يحقق أهداف المرشح والتفاعل مع الجمهور.

2- هناك من يرى أن المواقع التواصل الاجتماعي دور محوري في الانتخابات وتجنيد جيوش الكترونية للدافع أو الهجوم وتحسين الصورة وتسويق المرشحين ، وان الهدف الأول لتلك الدعاية هو الوصول إلى المرشحين.

3- هناك من يرى أن لا تفاعل بين المرشح والناخب عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وان هناك الكثير من الناس يتجاهل مواقع التواصل الاجتماعي ، وان الدعاية الانتخابية عبر وسائل التواصل الاجتماعي إنما تشير السخرية والضحك وان لا فائدة منها، وان تعليقاتها تأتي أكثر سخرية.

ومما سبق يمكن القول أن الشعارات الانتخابية في مجلس النواب الثامن عشر جاءت مختلفة بشكل كبير عن سابقاتها من الانتخابات النيابية من حيث المضمون، إذ جاءت غالبية هذه الشعارات انعكاس حقيقيا لمستوى الابتذال السياسي الذي يعيشه المجتمع الأردني وتراجعت الأسماء الكبيرة والشعارات التي تعكس قوة المجتمع السياسي الأردني وثقافته السياسية واهتماماته، وأولوياته الوطنية والقومية والإسلامية لصالح الشعارات الخدمية والضيقة ومحصلة لهذا اللون من الشعارات وجدت الفرصة مواتية لخلوها من الشعار السياسي الملتزم لطرح قضايا ركزت على العامل الشخصي والمهني في محاولة لاستمالة اكبر عدد من الناخبين، فيما اعتمد البعض عن المهرجانات الخطابية الجماهيرية والتي تخللها تقديم اللقاءات إلى حد ما من الوهج الفكري والسياسي واعتمدت المظهر أساسا في طريقة العرض والقبول بديلا عن الجوهر والمضمون أصبحت العملية الانتخابية بجديدها تحمل مواصفات خارج إطار الصيرورة الحقيقية لمجلس نيابي يمثل الشعب الأردني بقواه الفاعلة والمؤثرة من رجال الفكر والسياسة والقانون أهل التجربة والمعرفة والخبرة.

لقد شارك الأردنيون في الانتخابات النيابية للمجلس النيابي الثامن عشر وكانوا يهدفون من وراء مشاركتهم تحقيق بعض الأهداف ومن تلك الأهداف ما يلي : (الشيمي، 2009 : 1-2) .

1) الحصول على الحقوق الاقتصادية والسياسية.
2) لتحقيق التنمية البشرية المتكاملة التي تمكنهم من تحقيق أدوارهم المجتمعية.
3) تحقيق تكافؤ الفرص والعدالة السياسية والاقتصادية الاجتماعية.
4) محاولة تغيير الثقافة المجتمعية من بعض العادات المستحدثة .

5) كان هدف المرأة من المشاركة السياسية والانتخابية هي الحصول على الحقوق السياسية والاقتصادية والاجتماعية بالتساوي مع الرجل، والقضاء على السيطرة النخبوية الذكورية وتفرد الرجل بكل شيء.

6) المساهمة في صنع القرار السياسي والاقتصادي والاجتماعي والإداري.

7) محاولة تنمية الإحساس باحترام النفس والنهوض بالوعي السياسي وتنبيه الحكومة بأهمية دورها للتطرف مطالب الشعب والعمل على تحقيق ما يلي : (الشيمي، 2009 : 1-2)

- إقرار العدل والسلام والاجتماعي.
- محاولة التوافق الطبقي والاجتماعي.
- معالجة الفقير والبطالة والجوع
- إقرار عدالة توزيع الدخل الوطني.
- القضاء على الفساد بأنواعه.
- المساهمة في صنع القرار.
- الامتثال إلى رأي الأغلبية.

الفصل الثاني

التنظيم الإعلامي والسياسي والقانوني للدعاية الانتخابية

الفصل الثاني

التنظيم الإعلامي والسياسي والقانوني للدعاية الانتخابية .

تحتاج الدعاية الانتخابية إلى تنظيم إعلامي وسياسي وقانوني ، وهي عناصر ثلاث مرتبطة مع بعضها البعض ، وذلك من أجل الوصول إلى صحة الدعاية الانتخابية الديمقراطية وتكون الدعاية مصونة دستورياً وقانونياً وسياسياً على مستوى النظام السياسي ومتوافقة مع حقوق الإنسان، والتعبير عن الرأي ومصانة اعلامياً أي تبنى عن الحرية الإعلامية والتعددية السياسية (تعدد الآراء)، واحترام تعددية الآراء التي تعبر عنها وسائل الإعلام، كما ترتبط وديمقراطية العملية الانتخابية والتنظيم الانتخابي بكيفية مقاربة الوسائل الإعلامية لهذه العملية .

لا يستوي ولا يستقيم التنظيم الانتخابي اذا لم يتمكن الرأي العام من الإطلاع على كافة المعلومات الإعلامية والسياسية والقانونية الضرورية لكي يتمكن الأفراد من الحكم على العملية الانتخابية ويكوّنون آرائهم السياسية والإعلامية والقانونية حول الدعاية الانتخابية وكذلك يكوّنون آرائهم الاجتماعية والاقتصادية والثقافية ،فالمجتمع الديمقراطي هو المجتمع الذي يملك فيه العامة (الجمهور) الوسائل اللازّمة للمشاركة الفعّالة في إدارة شؤونهم ، وأن تكون وسائل الإعلام منفتحة وحرّه (تشومسكي ،7:2003) .

لقد حظيت تأثير تنظيم الدعاية الانتخابية من الناحية الإعلامية والسياسية والقانونية باهتمام العلماء السياسيين والإعلاميين والقانونيين أكثر مما حظي به موضوع اخر ، حيث انها تكشف نوع التغطية واللعبة الإستراتيجية في العملية وأسلوب وصور المرشح ، غير ان المسائل المهمة ومؤهلات المرشح وقدراته القيادية مسائل مهمة جداً في عملية تنظيم الدعاية الانتخابية ، (الجر ، 1999: 198 – 199) .

إن التنظيم الانتخابي من الناحية الإعلامية والسياسية والقانونية للدعاية الانتخابية يجب أن تتماشى مع التشريعات الإعلامية والسياسية والقانونية المعمول بها في الأردن والذي ينتج عنها ممثل للشعب ، ولا شك بأن أهم ما يتميز بها أي نظام انتخابي هو قدرته على تمثيل الشرائح والطبقات والإتجاهات السياسية الموجودة في المجتمع فكل نظام انتخابي ينتج عن تنظيم انتخابي رصين اعلامياً وسياسياً وقانونياً ويكون بالتالي قادراً على تمثيل اكبر الفئات وشرائح المجتمع الأردني .(مركز بحوث مجلس النواب "17"،1:2015)

يتناول الباحث في هذا الفصل المبحثين الآتيين :

المبحث الأول : المفهوم الإعلامي والسياسي للدعاية الانتخابية .

المبحث الثاني : المفهوم القانوني للدعاية الانتخابية في ظل القوانين والتشريعات الأردنية.

المبحث الأول

المفهوم الإعلامي والسياسي للدعاية الانتخابية

قد يتمخض عن توفر المعلومات عن فرص للمرشحين ونشوء الموقف الانتخابي الذي يختار فيه أعداد كبيره من الناخبين مساندة المرشح الذي يكون في المقدمة ، ولحدوث هذا الموقف لابد من تلبية شرطين : **أولاً** : لا بد من أن يكون الناخبون متحررين الى مدى بعيد من المؤثرات الأخرى ، **ثانيا** : لا بد أن يكونوا مقتنعين من أن فوز المرشح الذي في المقدمة يكاد أن يكون مؤثراً . (باترسون ، 238:1999)

ومن الناحية الإعلامية فإن اللجان العليا في أي دولة تضع القواعد التي تحكم الدعاية الانتخابية المسموح بها للمرشحين ، وذلك بمراعاة الأحكام المنصوص عليها في القانون الانتخابي ، حيث تتولى اللجنة العليا (الهيئة العليا) الانتخابات توعية المجتمع بأهمية الانتخابات من النواحي السياسية والإعلامية ، والدعوة إلى المشاركة بإعتبار ان المشاركة السياسية تحقق الديمقراطية . (قانون الانتخابات رقم7 ،2016: 4-1) .

يتناول هذا المبحث المطلبين الآتيين وهما :

المطلب الأول: المفهوم الإعلامي.

المطلب الثاني: المفهوم السياسي .

المطلب الأول

المفهوم الإعلامي للدعاية الانتخابية

تعد مرحلة الدعاية الانتخابية من أهم المراحل الانتخابية ، وفي هذا المرحلة تقع وسائل الإعلام تحت نظر الرقابة الشعبية والإعلامية والسياسية والحقوقية ، ويقاس من خلالها مدى نزاهة هذه الوسائل ومدى جدّيتها في القيام بدورها على الوجه الأكمل من خلال التغطية الانتخابية والإعلامية ، وذلك لأن الدعاية الانتخابية مرتبطة إلى حد كبير بالمفهوم الديمقراطي.(حلمي ،1:2014) .

وتعد القواعد والقدرات المنظمة للدعاية الانتخابية ومضمونها والأساليب القائمة عليها ، واحدة من الحلقات المهمة للعملية الانتخابية بدقتها ، بل يمكن القول أنها تمثل المؤشر على مدى شفافية الانتخابات ونزاهتها وجديتها ، والوسيلة الوحيدة المهمة للتأكد من تطبيق المبادئ الأساسية والإعلامية لحقوق الانسان وخصوصاً إبداء الرأي والتعبير عنه وتتخذ مهمة الإعلام في المراقبة واعلام الرأي العام ، والتفكير الإعلامي وفهم التخطيط للمصالح العامية ، وذلك لأنها ديمقراطية وليس نظاما شموليا، وهذا ما يطلق عليه الانتخابات.(تشومسكي ، 2013 : 9-10).

يتناول الباحث في هذا المطلب المحوريين التاليين :

المحور الأول : مفهوم الدعاية الانتخابية إعلامياً .

المحور الثاني : عناصر الدعاية الانتخابية الإعلامية.

أولاً : مفهوم الدعاية الانتخابية (إعلاميا) .

لم يسبق أن نظر متعاطو السياسة إلى التأثيرات الإعلامية بجد أكبر في أي مجال من مجالات الحياة العامة مثلما نظروا إلى مجال الانتخابات ، منظمات الحملات الانتخابية السياسية والبرلمانية تنفق الوقت الكثير والجهد والمال الوفير لجذب إهتمام الناس والإعلام لصالح المرشحين للمناصب الانتخابية الرئيسية .وعندما يخسر مرشحوها فإنها كثيراً ما تلقي باللوم على خبرة التغطية الإعلامية أو على نقص التغطية الإعلامية المناسبة ، ولأن المنافسات الانتخابية الغنية بالمعلومات القوية حيوية بالنسبة للعملية الديمقراطية فقد ظل العلماء بانتظام يضعون تحت البحث والدراسة نشاطات الأطراف ذات العلاقة بما في ذلك وسائل الإعلام.(الجر 198:1999) .

وفي هذا المحور نُعّرف الدعاية الانتخابية من الناحية الإعلامية ، لأن الدعاية الانتخابية تصور الصعوبات التي يواجها المرشح ، وتكشف منها فكرة ، وهي سجل نوع التغطية التي تعني اما النصر أو الهزيمة للمتنافسين السياسيين .وتعرف الدعاية بأنها ((مجموعة من الطرق التي يتم إستخدمها بواسطة مجموعة تود أن تحقق مشاركة ايجابية نشطة او سلبية في أعمالها على مجموعة كبيرة من الأفراد المتشابهين من الناحية النفسية، وذلك عن طريق مراوغات نفسية تتم في نطاق تنظيمي)) و يعرفها العالم الأمريكي هارولد لاسويل بأنها : ((التعبير عن الأناء او الأفعال التي يقوم بها الأفراد أو الجماعات في افعال أفراد آخرين أو جماعات أخرى لتحديد أهداف محددة مسبقا وذلك من خلال مراوغات نفسية)).(رياض ، 2 : 2013) .

وتعرف الدعاية أيضا بأنها : ((التأثير على آّراء ومعتقدات الجماهير ، لجعلها تتخذ إتجاهاً معيناً نحو نظام أو مذهب بصورة ايجابية أو سلبية، كما تحاول تهيئة نفسيات الافراد لقبول وجهات النظر التي تدعو اليها)). (عواشه،112:1993)

والدعاية بشكل عام هي أيضاً : (وسائل إعلامية تحمل بذاتها مضامين ، تهدف إلى تغيير قناعات وسلوك الناس". (السلعوس،3:2003) .

وتعرف الدعاية الانتخابية إعلاميا ايضاً بأنها : ((جهد مدروس ومخطط له، يتطلب اعداداً طويلاً وتنسيقاً بين عدة اطراف، بعناية فائقة من الشخص المرشح نفسه، وبمتابعة مركزية من مؤيديه سواء كانوا جماعة او حزبا او عشيرته وتعتبر الدعاية الانتخابية الالية المثلى التي يقوم من خلالها الأحزاب السياسية والمرشحون بعرض وطرح برامجهم الانتخابية امام الناخبين. (:Adams, 1989:8-10).

وتتضمن الدعاية الانتخابية الإعلامية للمرشح البرنامج الانتخابي ، حيث يتضمن البرنامج الانتخابي الرسالة الموجزة التي يدافع بها المرشح عن نفسه، والرسالة هو ما يقوله المرشح عندما يلتقي بالناس في الشارع ويسالونه ماذا يفعل كمرشح؟ إن صورة المرشح تعطي دلالة واضحة للناخبين عن إنتماء هذا المرشح ومدى قربه منهم واهتمامه بقضاياهم وشؤونهم ، بالإضافة إلى وزنه العائلي وعلاقاته الاجتماعية والأسرية ، لذا فإن الدعاية الانتخابية لابد وأن يتم اختيارها بعناية فائقة بحيث يتم التركيز فيها على الزوايا المحببة في شخصية المرشح ، على أن تكون الصورة المستخدمة في الدعاية الانتخابية والحملات الانتخابية هي ذات الصورة المدرجة في قوائم الحملات الانتخابية دون اي تغيير. (Brady and michael ، 1986:8).

اما ما تحتويه الدعاية الانتخابية فيجب أن تتضمن جملة قصيره مختصره تحتوي على عدد محدود من الكلمات المتجانسة القادرة عن تلخيص فلسفة ومفهوم المرشح الذي يتبنى هذا

الشعار ، وهو اهم وسيلة للتعريف بالمرشح ويرتبط عن الدوام بالصورة الذهنية التي يراد صياغتها ورسمها عن المرشح في اذهان وعيون الناخبين وبشكل عام فإن الشعار الانتخابي لابد ان يحتوي على عدة عناصر أهمها. (Adams 1989:11).

1- الرسالة الإعلامية للمرشح.

2- رسالة المرشح الاهلية.

3- أهم نقاط القوة لدى المرشح.

4- أن يكون الشعار مختصراً، سهل الحفظ، سهل الفهم، سلس بسيط الكلمات، سهل الترجمة والتنفيذ.

ومن خلال ما سبق يمكن تعريف الدعاية الانتخابية من الناحية الإعلامية بأنها: هي محاولة التأثير على الناخبين من الجمهور عن طريق طرح مجموعة من الآراء وقضايا تهم الناس بقصد التأثير على قناعاتهم لأن القرار يقضي في نهاية الامر الى انتخاب المرشح الذي يميزوا اتجاهاتهم وسلوكياتهم لمصلحة ذلك المرشح. والدعاية الانتخابية .

وللتفريق بين الحملة والدعاية الانتخابية ، فان الحملة الانتخابية هي : احد الأنشطة الرئيسة في العملية الانتخابية وهي حق للمرشح ينظمها قانون الانتخاب، تهدف إلى إتاحة الفرصة للمرشح للتعريف بنفسه للناخبين وطرح أفكاره توجيهاته وبرنامجه الانتخابي لمجتمع الدائرة الانتخابية ليحظى بتأييد الناخبين وتصويتهم له سعيا للفوز في الانتخابات ونتج الحملة الانتخابية كذلك للناخب الاختيار الأنسب والأصلح من بين المرشحين أو من بين القوائم الانتخابية (الجزيرة، 2011 / 1-2).

ثانياً: عناصر الدعاية الانتخابية الإعلامية:

للدعاية الانتخابية الإعلامية عدة عناصر علماً أن الهدف من ورائها هو إستمالة الجمهور وكسب تأييدهم لتحقيق الهدف المنشود ، وهو الفوز بالانتخابات ، وتلك العناصر هي:

1) البرنامج الانتخابي والذي يجب أن يتضمن المهم من وجهة نظر الجمهور من الناخبين، عملية الاختيار الانتخابي، مؤهلات المرشح ، أهداف المرشح وطبيعتها ، وملامح البرنامج، واللعبة الانتخابية وطرق تنفيذ مطالبات الناخبين.(clance and robinson,1989:35).

2) المعلومات عن الناخبين: من عناصر الدعاية الانتخابية معرفة طبيعة الجمهور ، حيث أن البرنامج الانتخابي والدعاية الانتخابية مسؤولة عن معرفة طبيعة الجمهور الناخب وتوجهاتهم السياسية.(page and others,1999:199)

3) المرشح وشخصيته، وقيمته، أخلاقه، مواقفه الوطنية والسياسية والاقتصادية ، إلمامه بالقوانين والسياسة العامة للدولة، وأحوال البلاد والسياسة الخارجية للدولة، اللعبة السياسية الدولية والإقليمية، قدراته الإدارية والسياسية ، توجهاته.

4) الإستراتيجية (أسلوب الحملة والدعاية الانتخابية، والإستراتيجية توضح الخطوات والإجراءات التي يستخدمها بهدف إنجاح حملته الانتخابية، علاوةً على شعار الحملة والدعاية الانتخابية. (الأعصر، 3:2011).

5) العنصر المادي وهي الموارد المادية الكافية لتمويل الحملة والدعاية الانتخابية والتي تبدا من رسوم الهاتف والكهرباء والدعايات والحملات الانتخابية والتنقل والطباعة واستئجار المقر الانتخابي. (التلحمي، ب.ت :61،62).

ويجب أن تتضمن الدعاية الانتخابية الإعلامية العناصر التالية ايضاً:

1- فريق عمل موالي ومؤيد للمرشح، حيث يقوم هذا الفريق بالأعمال التالية :-

أ. إدارة الحملة والدعاية الانتخابية.

ب. إدارة المواعيد بدقة.

ج. إدارة الامور الشخصية للمرشح.

2- توفير الدعم الخارجي وهو الدعم المقدم من المجموعات السياسية والجمعيات التعاونية والشخصيات الدينية والاجتماعية.

3- تحمل الضغوط والتعامل مع المتغيرات المستجدة.

4- معرفة القوانين والأنظمة الانتخابية والتمييز بين ما هو محظور ومسموح وممنوع.

5- معرفة وسائل الحملة والدعاية الانتخابية لتحقيق الأهداف كالتلفاز والصحافة والرسائل البريدية ووسائل التواصل الاجتماعية (الفيسبوك ، التويتر، الواتس اب، وغيرها) الأنترنت.

6- صناعة القرار الأمثل وترتيب الأولويات واتخاذ القرار في الوقت المناسب.

المطلب الثاني

المفهوم السياسي للدعاية الانتخابية

إن مفهوم السياسي للدعاية الانتخابية غالباً ما يكون مرتبط بالحزب السياسي، حيث تعتبر الدعاية الانتخابية السياسية جزء لا يتجزأ من برنامج الأحزاب السياسية ومن الأدوات المهمة والضرورية في تنفيذ سياسة الحزب على أرض الواقع، وتتبع تلك الدعاية من المرتكزات والموضوعات والأحداث والمواقف والتوجيهات السياسية التي تميزه عن الأحزاب السياسية الأخرى، وقد يلجأ الحزب إلى بعض الوسائل والأدوات غير السياسية لتنفيذ برنامجها السياسي ولفوز مرشحيه . (العالم، 2013 : 10).

ويمكن عن طريق الدعاية السياسية الانتخابية للأفراد الأكثر معارضة التعلم والتأثير عليهم، وقد بين " تبلهايم" كيف كان السجناء في المعتقلات النازية الألمانية يتبنون في نهاية المطاف نظير البقاء على قيد الحياة قيم سجانيهم ومبادئهم. والدعاية السياسية تتأثر بطبيعة الحال بالعوامل النفسية التي تدخلها، ومع القوى الاقتصادية والقوى البوليسية الشرقية السائدة.(فليح : 2011: 2)

يتناول الباحث في هذه المطلب محورين التاليين :

اولاً: مفهوم الدعاية السياسية وتشكيل البرنامج السياسي الانتخابي .

ثانيا : تأثير الإعلام على البرنامج السياسي الانتخابي .

اولاً: مفهوم الدعاية السياسية وتشكيل البرنامج السياسي الانتخابي .

أ- الدعاية السياسية :

هي التي تهدف إلى خلق فعل سياسي من خلال إستخدام كافة الوسائل والأساليب الممكنة لتحقيق هذا الهدف، ويتعدد نطاق الفعل السياسي بتعدد المجالات التي للدولة فيها أنشطة جوهرية سواءً اقتصادية او اجتماعية او غيرها، وكلا الصعيدين الداخلي والخارجي، وسواء ارتبط هذا الفعل بالأنظمة السياسية القائمة أياً كان نوعها أو بالتنظيمات المعارضة، وفي كل هذه المجالات فلدعاية السياسية أهمية كبيره تتطبع بنفس الطابع الذي تتخذه الجهة المنظمة لها .(النعيمي،2007 :77) .

والدعاية السياسية هي ايضاً أحد وسائل الحملة الانتخابية ، وهي محاوله اعلامية للتأثير في اتجاهات الناس وآرائهم وسلوكهم ووسيلتهم نشر المعلومات والحقائق أو انصاف الحقائق او حتى في محاولة منظمة لتأثير على الراي العام (الموسوعة، 2007 : 1) .

ومن ذلك نفهم أنها عملية تلاعب بالعواطف والمشاعر يقصد فيها الوصول لخلق حالة من حالات التوتر الفكري والشحن العاطفي ، ولكن الخبراء يختلفون في تعريفهم للدعاية السياسية وما يدخل في إطارها، وهناك اختلاف بينها وبين الإقناع الذي نشاهده في الإعلانات التجارية والحملات السياسية، فالبعض يدل أن أي خطاب ذي ملامح واحدة وهو نوع من أنواع الدعاية، بينما يعتمد آخر على صيغة الاقناع تحديد نوع الخطاب، فعلى سبيل المثال نجد أن غالبية أصحاب منظمي الحملات السياسية يعملون بشكل واضح ويعلنون اهدافهم بصدق، ولكن هناك أكاذيب وأنواع من التظليل تخدمهم في اقناع جمهورهم بشكل فعال . ويصف بعض الخبراء كل هؤلاء بأنهم دعائيون، أما بقية الخبراء فيعدون الكذابين والمضللين بانهم فعلا دعائيون ، وهناك بعض الناس ممن يعتقد بأن الدعاية ليست حقيقية وهي ليست كذلك سيئة، ومعظمهم يستحسن

أغواض الدعاية لأغراض جمع أموال الجمعيات الخيرية وهنالك أفراد آخرون يرون أن الشعب يحتاج إلى معلومات دقيقة لصنع قرارات حكيمة، وأن الدعاية تمنع نشر تلك المعلومات ويخشون كذلك من أن تحدث الدعاية نوعا من الغباء السياسي وتقتل القدرة على الحل السليم ، وللدعاية نتائج ثانوية في المدى القصير مثل شراء سلعه، ولكن أنواعا أخرى من الدعاية ذات تأثير خطير .(شرادقة:2006: 2) .

وفي الوقت الحالي تكتسب الدعاية السياسية أهمية خاصة وكبرى لدرجة أنه بات من المهم معرفة الدور الفعلي الذي تلعبه ، فالدعاية السياسية كما ذكرنا هي نوعا من التلاعب بالعواطف والمشاعر تستهدف الوصول الى خلق حالة من حالات التوتر الفكري والشحن العاطفي الذي لابد ان يؤدي الى تشويه التتابع المنطقي وهي تفترض نوعا من انواع التلاعب الذي يجب ان يخضع لفلسفة معينة وهنا تبرز أهمية الدعاية السياسية كأداة هامه وذلك للسيطرة والتحكم في مواقف واراء الجمهور. (النعيمي 2007:77).

وصناعة الدعاية الانتخابية انما تعني صناعة التقرب من الجماهير من خلال تأثيرات مختلفة تستقر في نفوسها وتألف كياناً مشتركا يشغل أفكارها ويجعلها تعمل بروح من الإنجاز والقابلية لتكوين قوة سياسية كبيرة قادرة على التفوق على غيرها في الميدان السياسي. وتعمل الدعاية السياسية على تكوين القوة السياسية من خلال عدة عوامل : (فليح،2011، 2)

1-التكتيك الدبلوماسي.

2 -الضغط الاقتصادي.

3 -الحرب الباردة.

4-الضغط العسكري والحربي.

5 -حملات الإقناع الإعلامي.

ب- تشكيل البرنامج السياسي الانتخابي:

إن تشكيل البرنامج الانتخابي للمرشح يتضمن حصر المشاكل التي تواجه الدائرة الانتخابية التابعة للمرشح على المستوى المحلي واساليب الحل ممكنة ، ووضع برنامج زمني لحلها دون مبالغة ويتضمن البرنامج الانتخابي للمرشح أبرز القضايا السياسية وموقف المرشح من القضايا القومية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وتبسيط الرؤى وأفكار المرشح للجمهور حتى يكتسب ثقة الجماهير مع مراعات خصوصية مواطني الدائرة الانتخابية في وسائل دعاية المرشح بحيث تكون منسجمة مع البرنامج الانتخابي وتتسم بالبساطة والموضوعية والواقعية والبعد عن المبالغة. (الوفد،2:2015).

في الولايات المتحدة الامريكية يقوم المرشح وبانتقاء المواضيع الأكثر أهمية من خلال الأخبار حيث تقوم وسائل الإعلام بتقديمها وهي المسائل التي يعتبرها الجمهور مهمة ، وقد عززت نتائجهم من ذلك ، فمن المحتمل أن تثير المشاكل التي تتطلب تغطية اعلامية قليلة اهتمام الجمهور أو أن تولد عملاً سياسياً .(تومبس وشو،102:1999).

وتبدا معظم الابحاث عند وضع البرنامج بعد أن تكون وسائل الإعلام قد أبرزت مسالة ما وتحاول سبر ... العلاقة بين اهتمامات وسائل الإعلام واهتمامات مختلف الجماهير.(كومبس وشو، 102:1999).

ويفحص فيليب جمعية تيشنور،Philip j.ticheneor وجورج ايه . دونوهو loegorge A.DONOHUE وكلاديس ان اولين CLARICE N.OLIEN دور وضع برنامج سياسي انتخابي لوسائل الإعلام بالنسبة لمجموعة من المسائل التي اثارت صراعا مجتمعيا وهم يمعنون النظر في الطرق التي تجلبها وسائل الإعلام الصراعات إلى اهتمام الجمهور ويبرزون جوانب محدودة لأحد الصراعات لكي تصبح بؤرة نقاش الجمهور وعمل الاستنتاج الرئيسي للمؤلفين هو

أن قوة وسائل الإعلام في وضع برنامج انتخابي تكمن في قدرتها على منح الذيوع والشهرة او منعهما في مواقف الصراع وعن النقيض من المعتقدات المنتشرة فإن وسائل الإعلام لا تبدا الصراعات ولا تشكلها. (تشينور واخرون، 102:199).

وعند تشكيل البرنامج الانتخابي السياسي في اوروبا والولايات المتحدة الامريكية تجمع الدراسات الخاصة بوضع برنامج انتخابي سياسي بين تحليل مضمون اخبار وسائل الإعلام وبين المقابلات مع جماهير لوسائل لتقييم مدى التقاء اولويات الوسائل واولويات الجمهور. وهنا كطريقة أخرى تسانتو آينجار SHANTO IYENGAR في اعداد البرنامج الانتخابي السياسي فلكي يتأكد آينجار أن الجماهير تعرضت بالفعل لقصص الأخبار المحدودة التي وقع تأثيرها تحت البحث ولكي ينحي التأثيرات الغريبة عن تفكيرها قدر الإمكان فقد صمم سلسلة من الاختبارات المخبرية وقد تعرض الافراد تحت الدراسة الى قصص ذات مضمون مضبوط بعناية ثم اختبروا لاحقا في المختبر لمعرفة الانواع المختلفة لتأثيرات وضع البرنامج وثبتت التجربة المنقولة في مقال آينجار ان قصص الاخبار يمكن ان توجها لطريقة التي تفكر بها الجماهير حول مسببات المشاكل الاجتماعية والاقتصادية المختلفة . (اينجار،103:1999) .

إن المرشح في الولايات المتحدة الامريكية والغرب عموماً يستعين بوسائل الإعلام لوضع برنامجه الانتخابي . إن قوة الصحافة في امريكا والغرب قوة سياسية فهي التي تضع برنامج المناقشة العامة ، وهي تحدد ما سيتحدث عنه الناس ، وما سيفكر فيه وهي سلطة يحتفظ بها في الأمم الأخرى للطغاة والكهنة والأحزاب وكبار الموظفين . (WHITE, 1973:327) .

أما عناصر البرنامج السياسي الانتخابي فهي على النحو التالي: (LANG,1968:305) .

1) المواقف السياسية والمشاعر الوطنية مع أو ضد موقف سياسي أو شخصية سياسية.

2) المعارف والمعتقدات الراسخة حول الأشياء الوطنية والسياسية.

3) التحصيلات المعرفية للإتصالات الجماهيرية.

4) الآراء والمعارف السياسية والاقتصادية والوطنية حول موضوع قضية ما.

5) الجوانب من السياسة المحلية الوطنية والشؤون السياسية.

6) البروز او مقدار التوكيد الممنوح للعناصر والمسائل السياسية المتعددة التي تتنافس على اهتمام الجمهور.

ومن عناصر البرامج الانتخابية الوطنية الأردنية : (البرامج الانتخابية،2016 : 1-4).

1- الناحية الزراعية :كالإهتمام بالفلاح والعامل الزراعي والمرأة الريفية وتوفير حياة كريمة لهم والإهتمام بالتصنيع الزراعي.

2- الناحية الصحية: توسيع مظلة التامين الصحي والرعاية الصحية.

3- الناحية الامنية : التركيز على الناحية الأمنية الوطنية الداخلية وكذلك الدفاع عن حدود الوطن.

4- تطبيق العدالة الشاملة (تطبيق القانون على الجميع، وتحقيق العدل الاجتماعي وتساوي الفرص).

5-تحقيق الأمن الشامل والاستقرار ومواجهة التحديات الداخلية والخارجية ومحاربة الجريمة والإرهاب وتحقيق الأمن بالمعنى الاستراتيجي والاجتماعي والصحي والغذائي.

6- تحقيق التنمية المتوازنة والمستدامة والشاملة.

7- تحقيق الديمقراطية بالمعنى الشامل.

8- دعم استقلال القضاء.

9- دعم المواطنة.

10- مكافحة كافة اشكال الفساد.

11- دعم الجمعيات ودورها الأهلي والمجتمع المدني.

12- تطوير القوانين والمنظمات والنقابات .

13- تطوير الإعلام الحكومي الرسمي.

14- دعم الجيش والأجهزة الأمنية مادياً ومعنوياً وفنياً وادارياً.

15- تطوير مؤسسات التعليم الاكاديمي والمهني والتعليم العالي والاسكان والمبادرات الوطنية والمرافق الوطنية والشباب والرياضية والثقافة.

16- تطوير السياسية الداخلية والخارجية.

17- دعم القضايا السياسة الوطنية والقومية والاسلامية وخاصة القضية الفلسطينية والعمل على حل الأزمات العربية ومنها الازمة السورية والعراقية.

18- تطوير مؤسسات الدولة داخلياً وخارجياً .

وخلاصة القول : أن البرنامج الانتخابي للمرشح يجب أن يشمل كافة العناصر السياسية والاقتصادية والاجتماعية والإعلامية التي يجب على المرشح أن يلم بها متى يستطيع إقناع ناخبيه ببرنامجه الانتخابي ولا يترك شاردة أو واردة إلا ويتحدث عنها، بالإضافة إلى رؤيته فيما يتعلق بموضوع الخدمات الاجتماعية أي يجب أن يكون المرشح على قدر كبير من الوعي والإدراك السياسي وتبين ذلك من خلال برنامجه الانتخابي وسلوكه الشخصي في الحوار والممارسة الاجتماعية والانتخابية.

ثانياً: تأثير الإعلام على البرنامج السياسي الانتخابي:

ان الأنشطة الأتصالية المباشرة وغير المباشرة التي يمارسها مرشحاً وحزب بصدد حالة انتخابية معينة بهدف تحقيق الفوز في الانتخابات عن طريق الحصول على أكبر عدد ممكن من أصوات الهيئة الانتخابية، ويرى البعض الآخر أن الدعاية الانتخابية هي : ((كل أنشطة الإتصال التي تهدف إلى تدعيم الثقة في الحزب أو المرشحين السياسيين بشأن حالة انتخابية معينة وامداد الجمهور من الناخبين بالمعلومات، ومحاولة التأثير فيهم بكل الوسائل والإمكانات والأساليب المتوافرة من خلال جميع قنوات الاتصال الإعلامية وغيرها والإقناع بهدف الفوز في الحملة الانتخابية أو زيادة مؤيدي المرشح وابراز صورته المرغوبة أمام الناخبين)) (اللبان 1:2014) .

ان الحملة الانتخابية التي يقوم بها الحزب أو المرشح السياسي بهدف إمداد جمهور الناخبين بالمعلومات عن برنامجه السياسي ، وسياسته وأهدافه هو محاولة التأثير فيهم بكل الوسائل والأساليب والإمكانات المتوافرة من خلال جميع القنوات الاتصالية والإقناعية وذلك بهدف الحصول على أصوات الناخبين وتحقيق الفوز في الانتخابات والحملة الانتخابية الناجحة هي التي تستفيد من كل الظروف وفي إطار الوقت المحدد ولاستهداف الناخبين وتقوم بتطوير رسالة مقنعة وتتابع العمل وفق خطة معقولة للوصول الى الناخب .(اللبان 20:2014).

ولذلك فإن تأثير الإعلام ووسائله في الانتخابات وقرارات التصويت هي مسألة معقدة للغاية ومحاولات إقناع الناخبين عن طريق وسائل الإعلام يمكن أن تكون فعّالة في بعض الحالات ، ولكن ليس في كل الحالات ، حيث لم تثبت معظم الدراسات المتعلقة بالأثار المحتملة لوسائل الإعلام عن أدلة قطعية محدودة بشان العلاقة بين المتغيرين التعرض للوسيلة الإعلامية والتأثير في عملية التصويت. ومما زاد الأمر تعقيداً أكثر هودخول وسائل الإعلام الاجتماعية

كأدوات مهمة في السباق الرئاسي الأمريكي الأخيرة ، وقد أشار الى ذلك بوضوح الإعلامي الامريكي (جيم ماسنيا) مدير حملة باراك اوباما الانتخابية عام 2012 عندما قال :(كان لأدوات الإعلام الجديدة دوراً بارزاً في صياغة توجهات الجمهور بشكل أسرع مما كانت عليه في انتخابات 2008 ، وفي النهاية فإن وسائل الإعلام وتأثيراتها عن الناخب الأمريكي تحتاج لكثير من البحث والتفصيل لأنها عملية خاضعة لعوامل كثيرة ومتغيرة ، خصوصاً وأن المواطن الأمريكي بحسب الإحصائيات يقضي معدل 20 دقيقة اسبوعياً في متابعة الأخبار السياسية ، بالإضافة الى عدد المسجلين لتصويت لا يمثل نسبة كبيرة من عدد السكان. (العتيبي ،2016 : 405) .

وبقدر ما تسعى وسائل الإعلام إلى أن يناقش المرشح المسائل الخطيرة السياسية ، فإن هذا التوتر بين ما تفضله الوسائل من مسائل محددة مقابل ما يفضله المرشحون من مسائل مهمة ، وهو كما يجب أن يكون ، وأن مما ترحب به الوسائل الإعلامية أن تحاول (كشف) المرشحين فيما يخص مسائل السياسة . ان ما تفضله الوسائل الإعلامية هو أن (تخلق) هذه المسائل ((خلافاً وجدلاً بين المرشحين ، وأن تستند على مبدأ وليس على تفاصيل أو علامات معقدة ، وأن يعبر عنها بشكل مبسط ، وعادة ما يكون ذلك بالإشارة إلى وصف موجز بالانتقال بالباحات أو الإنفراج في العلاقات الدولية. (patterson,1980:25).

وأيضاً فإن من الأفضل أن يشار إلى إحدى البؤر الإعلامية الرئيسية في تغطية " المسائل المحددة "، بمسائل الحملة الانتخابية وليس بالمسائل الجوهرية ، ومسائل الحملة الانتخابية هي تلك التي تنشأ نتيجة للحوادث التي تحصل أثناء الحملة والنموذج على ذلك خطأ في الحكم يرتكبها المرشح أو مدير حملته . والمثال الكلاسيكي على ذلك هو خطأ جيرالد فورد Gerald ford في التصريح في احدى المناظرات عام 1979 مع جيمي كارتر بأن بولندا لم

تكن تحت سيطرة الاتحاد السوفييتي ، وقد حظيت هذه الحادثة بتغطية واسعة وخرجت بطبيعة الحال حملة ، غير أنه لم يفكر أي مراقب للسياسة بأن هذا التصريح كان يمثل وجهة نظر فورد عن الموقف في أوروبا الشرقية ، وكان خطأ السيناتور الامريكي جو بايدن Joe Biden في التصريح عن كلية الحقوق التي تخرج منها في أيلول / سبتمبر عام 1987 مثلاً ممتازا على هذه الظاهرة في وقت مبكر من عملية حملة عام .1988 (Patterson 1980:81–32).

أما الضوابط والقواعد العامة في البرنامج الانتخابي السياسي محتوي على كافة الاسس والقواعد والضوابط المتعلقة بتسجيل الاحزاب والمرشحين للانتخابات وتسمية المرشحين للانتخابات بما في ذلك القواعد الخاصة بسحب التسجيل أو الغائه . وتشمل كذلك على التأثيرات المختلفة التي يمكن ان تكون للنظم الانتخابية على المرشحين والأحزاب ، وماذا يحصل في حال وفاة المرشح او انسحابه او تركه لحزبه السياسي بعد طباعة اوراق الاقتراع ولكن قبل الانتخابات.

1. الحملات: وتشمل على كيفية تنفيذ الحملة الانتخابية من قبل الأحزاب والمرشحين ومدونات السلوك ، ومواثيق الشرف التي قد تحكم ممارسات الأحزاب السياسية والمرشحين المشاركين في الحملة الانتخابية ودور وسائل الإعلام في الحملة الانتخابية .

2. إدارة الانتخابات: العلاقة بين الأحزاب السياسية والمرشحين من جهة وادارة الانتخابات ومؤسساتها من جهة أخرى ومتى يقوم الحزب السياسي بدور المراقب

3. الائتلافات والتحالفات التي تسبق وتبعاتها كل ما يتعلق بتشكيل الحكومات ولعل أبرز ما يقوم به الإعلام في البرنامج السياسي للمرشح وحملته الانتخابية هو ما يلي: (السالم،2016 – 1–2).

أ. تثقيف الناخبين حول حقوقهم الديمقراطية.

ب. تغطية الحملات الانتخابية ونشرها .

ج. إتاحة الفرصة أمام المرشحين والمجموعات السياسية في عرض برامجهم الانتخابية وأهدافهم.

د. اعطاء المجموعات السياسية والمرشحين مساحة للتعبير عن الرأي وتبيان مواقعهم .

هـ. اعطاء الفرصة للناخبين ومناقشتهم.

و. السماح للإطراف السياسية المختلفة والتيارات المناظرة وشرح وجهات النظر .

ز. تقييم نزاهة الانتخابات .

ح. التأكيد من موضوعية المعلومات المقدمة عن الانتخابات لتفادي أي صدامات أو عنف لفظي .

ولعل نظرية الإعلام الشهيرة ((الاتصال على مرحلتينTow step flow information))

تأثير وسائل الإعلام يمر بمرحلتين:

الأولى – من الإعلام الى قادة الرأي في المجتمع .

الثانية – من قادة الرأي للمجتمع قاطبة.

وتؤكد هذه النظرية أن تأثير وسائل التواصل المباشر مع قادة الرأي هو العامل المؤثر في القدرات السياسية ، ولكن ثورة التكنولوجيا الحديثة وتطور البرامج الإعلامية الحوارية التي تغلب عليها طابع المناظرات اصبح الإعلام المسيطر مسيطراً على المعلومة وعاملاً مهماً في تحديد الاجندة السياسية والتأثير مع الدور الكبير التي تحظى به مواقع التواصل الاجتماعي اليوم

ومؤثريها في خلق أجندة الشارع السياسي ، فإنه مازالت الأبحاث العلمية تثبت أن الإعلام التقليدي ما زال هو الذي يضع أجندة الإعلام الالكتروني في كثير من الاحيان ، فمن خلال تسليط الضوء على قضية معينة في وسائل الإعلام ، قبل الصحافة تجدي مناقشتها وافكارها وتشكيل الرأي العام حولها في مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة أن كانت من ضمن البرنامج السياسي الانتخابي للمرشح.(السالم،2:2016).

المبحث الثاني

المفهوم القانوني للدعاية الانتخابية في ظل القوانين والتشريعات الأردنية

أن الدعاية الانتخابية في نظر القانون أنما تعني النشاطات والفعاليات الانتخابية المختلفة التي تبناها المرشحون للتعريف ببرامجهم الانتخابية والتي يودون من خلالها خدمة مجتمعهم بما لا يتعارض والقواعد القانونية المنظمة للدعاية الانتخابية ، مع الأخذ بعين الاعتبار أن فترة الدعاية الانتخابية تبدأ فور اعتماد الإعلان الخاص بها ، حيث تحظر القوانين الدولية ممارسة أي عمل من أعمال الدعاية الانتخابية قبل أو بعد المدة المحددة لإعلان الدعاية المتفق عليها في القانون (السليطي،1:2015) .

والدعاية الانتخابية في القانون والتشريع الأردني هي عبارة عن مستند رسمي معتمد في الدستور والقوانين الانتخابية الأردنية ، ويعهد بإجراء الانتخابات للهيئة المستقلة للانتخابات ، وذلك وفقاً للوائح القانونية المنظمة للدعاية الانتخابية ، ليتمكن من خلالها المرشحين من التعريف ببرامجهم الانتخابية من خلال خطوات تبدأ ببدء اعلان اسمه في الكشوفات النهائية الى بداية الصمت الانتخابي مراعياً القوانين والتعليمات المنصوص عليها حول الدعاية الانتخابية (الهيئة المستقلة للانتخاب،2:2016)

يتناول الباحث في هذا المبحث المطلبين الآتيين:

المطلب الأول: المفهوم القانوني.

المطلب الثاني: مبادئ الدعاية الانتخابية في القانون الانتخابي الأردني.

المطلب الأول

المفهوم القانوني للدعاية الانتخابية

يكاد يكون المفهوم القانوني للدعاية الانتخابية متشابهاً حيث تعتبر الدعاية الانتخابية قانونياً من أهم الوسائل القانونية التي يستخدمها الأفراد (المرشحون) والأحزاب السياسية للوصول إلى السلطة ، لذا من أجل التنظيم فإنها تحتاج الى تنظيم قانوني يتمثل في قانون الانتخاب وتشريعات القوانين المتعلق بالانتخابات والأنظمة والتعليمات الصادرة عن رئاسة الوزراء والأجهزة الحكومية التي تنظم عملية الانتخابات (حسين85:2010) .

والدعاية الانتخابية ليست الا مرحلة من المراحل في العملية الانتخابية يسبقها مراحل ويلحقها مراحل حتى يستطيع المرشح الوصول إلى البرلمان ومن المراحل التي تسبق عملية الدعاية الانتخابية مثل الترشيح والموافقة على الترشيح ، ثم تأتي عملية الدعاية الانتخابية ويأتي بعدها الحملة الانتخابية ، وموعد الإقتراع والنتائج وكل تلك المراحل السابقة واللاحقة للعملية الانتخابية مرتبطة قانونياً بالتشريعات الخاصة بالانتخابات لها قانون خاص بها . (الهيئة المستقلة للانتخابات2:2016).

يتناول هذا المطلب المحورين الآتيين وهما:

أولا : مفهوم الدعاية الانتخابية قانوناً.

ثانيا: الأسس القانونية للدعاية الانتخابية.

اولا: مفهوم الدعاية الانتخابية قانونيا:

أ- تعريف الدعاية الانتخابية :

في القوانين الانتخابية عرفت الدعاية والحملة الانتخابية على النحو التالي :

حسب تعرفت المفوضية المستقلة للانتخابات في العراق من خلال نظام الدعاية والحملات الانتخابية في انتخابات مجلس النواب العراقي رقم (1) لسنه 2010 الصادر من المفوضية استناداً لقانون المفوضية العليا رقم (11) لسنة 2007، وقانون الانتخابات رقم 11 لسنة 2005 المعدل اذ جاء في القسم الأول من النظام : الدعاية الانتخابية : حملة الإعلام والاقناع المشروعة التي يديرها كيان سياسي أو ائتلاف أو مرشح لإقناع الناخبين بالإداء بأصواتهم لصالحه . (نظام الحملات الانتخابيه العراقي 2010: 4).

وفي قانون الانتخابات الفلسطيني عرفت الدعاية الانتخابية في المادة (54) تمثيل الدعاية الانتخابية في النشاطات الانتخابية القانونية المختلفة التي تقوم بها الهيئات الحزبية المسجلة والمرشحون لشرح برامجهم الانتخابية لجمهور الناخبين وكذلك قد عرفت اللجنة المركزية للانتخابات في فلسطين وهي الجهة المشرفه على الانتخابات في فلسطين قد عرفت الدعاية الانتخابية من نشرة خاصة بأحكام الدعاية الانتخابية صدرت عن اللجنة حيث عرفتها بأنها : (الدعاية الانتخابية تتمثل في كافة النشاطات والفعاليات الانتخابية القانونية التي تقوم بها الهيئات الحزبية المسجلة والقوائم الانتخابية المعتمدة والمرشحون لشرح برامجهم الانتخابية القانونية لجمهور الناخبين وكذلك الدعوات التي يوجهها المرشحون والهيئات الحزبية والدعاية الانتخابية هو حق قانوني مكفول لكافة الهيئات الحزبية والقوائم الانتخابية والمرشحين لعضوية المجلس

التشريعي ، وتمارس وفق أحكام قانون الانتخابات واللوائح والتعليمات ذات العلاقة الصادرة عن لجنة الانتخابات المركزية (قانون الانتخابات الفلسطيني، 198:1995).

وعرفت الدعاية الانتخابية قانونياً أيضا بانها :(مجموعة من الاعمال التي تقوم بها الأحزاب السياسية أو المرشحون لإعطاء صورة حسنة لهيئة الناخبين من خلال برنامج انتخابي لتكون لأي عام موحد يمثل اتجاها سياسيا محدداً للحزب أو المرشح بهدف الوصول الى البرلمان أو مجلس الشعب او السلطة .وكذلك عرفت الدعاية الانتخابية قانوناً ايضاً بأنها : (مجموعة الأعمال القانونية والإعلامية أو الدعائية التي يقوم بها الحزب أو المرشح بغرض اعطاء صورة حسنة للناس (الناخبين) والجمهور عن سياسة واهداف المرشح ، ومحاولة تأثيرهم بكل الوسائل والامكانيات المتاحة من خلال قنوات الاتصال الجمهوري بقصد تحقيق الفوز في الانتخابات وبالطرق القانونية (حسين.2011: 61).

والدعاية الانتخابية هي أحد العناصر الهامه في العملية الانتخابية والتي يكفلها قانون الانتخابات لكل دولة، وهي حق قانوني وطبيعي للمرشح ليتمكن من خلالها الناخب أن يعرف الناخبين بنفسه بواسطة أنشطه وفعاليات وممارسات تعريفيه إعلاميه وقانونية واتصاليه متنوعه يركز فيها أهدافه والرؤى والوعود التي يتعهد بها ويعد بتحقيقها مع الاختصاصات والتأثير عليهم واقناعهم بالتصويت لصالحه يوم الاقتراع كما أن الحملات الانتخابية من الحقوق التي توفرها قوانين الانتخابات للناخب بحيث تعطي الناخب مجالا واسعاً للاختيار من المرشحين وتسهيل عملية الاختيار من خلال تعريفهم عن البرامج الانتخابية للمرشحين وما تضمنه من رؤى وأفكار وتوجيهات ووعود المرشحين ، وان الأنشطة والفعاليات التي يقوم بها المرشح لكسب تأييد الناخب له ليست مطلقه وانما يتم تنظيمها من خلال وضع الضوابط والقواعد والالتزامات المنظمة لها وفقاً لاعتبارات معينه منها الإعتبارات القانونية والدينية والسياسية والاجتماعية والأمنية . وبما

يحقق المصالح العليا للدولة ولا يتعارض مع المعايير الدولية في هذا المجال ، وتنظيم الدعاية والحملة الانتخابية بما لا يتعارض مع الحرية وحقوق المرشح بل هي حمايه من العشوائية والفوضى والسلوكيات اللامسؤولة التي قد تحدث .(الجزيرة، 2011: 1-2).

وفي القانون المصري فإن الدعاية الانتخابية تبدأ من تاريخ إعلان القائمة النهائية للمترشحين حتى الساعة 12 ظهرا من اليوم السابق على التاريخ المحدد للاقتراع وفي حالة انتخابات الإعادة تبدأ من اليوم التالي لإعلان نتيجة الاقتراع في الجولة الأولى وحتى الساعة 12 ظهراً ليوم السابق على التاريخ للمحدد للاقتراع في انتخابات الإعادة وتحضر الدعاية الانتخابية في غير هذه المواعيد بأي وسيله من الوسائل أما وسائل الدعاية الانتخابية في الناحية القانونية التي يجيزها القانون فيها : (اللجنة العليا للانتخابات المصرية 2015 :1-2) .

1- الاجتماعات العامة.
2- الحوارات.
3- المناظرات .
4- نشر وتوزيع المواد الانتخابية .
5- وضع اللافتات والملصقات .
6- استخدام وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمطبوعة وإلكترونيه .

الدعاية الانتخابية في قانون انتخابات القانون الأردني تتعلق بالدعاية الانتخابية فقط ورد في المادة 21 من قانون الانتخابات الأردني 2015 من نصّه (تكون الدعاية الانتخابية حرة وفقاً لأحكام القانون ، ويسمح القيام بها من تاريخ بدا الترشح وفق أحكام المادة 14 من هذا القانون وتنتهي بنهاية اليوم الذي يسبق يوم الاقتراع وفي المادة (22) ورد ما نصّه.

أ- على وسائل الإعلام الرسمية معاملة جميع المرشحين خلال الدعاية الانتخابية بحياد و مساواة.

ب- على المرشح عند ممارسة الدعاية الانتخابية الالتزام بما يلي: (قانون الانتخاب الأردني، رقم6، 2016)

1- أحكام الدستور واحترام سيادة القانون.

2- احترام حرية الرأي والفكر لدى الآخرين .

3- المحافظة على الوحدة الوطنية وأمن الوطن واستقراره وعدم التمييز بين المواطنين.

4- عدم إجراء الدعاية الانتخابية في الوزارات والدوائر الحكومية والمؤسسات الرسمية والعامة والمؤسسات التعليمة ودور العبادة.

5- عدم التعرض لأي دعاية انتخابيه لغيره من المرشحين سواء بصوره شخصيه او بواسطه أعوانه في الحملة الانتخابية .

المادة (23)وردت شروط يجب على المرشحين الإلتزام بها فيما يتعلق ببرامجهم الانتخابية على النحو التالي : (قانون الانتخاب الأردني ، 2016).

1- للمرشحين نشر الإعلانات والبيانات المتضمنة أهدافهم وخططهم وبرامج عملهم شريطة أن تحمل أسمائهم الصريحة وتعفى هذه الإعلانات والبيانات من الرسوم والتراخيص.

2- لا يجوز استعمال شعار الدولة الرسمي في الاجتماعات والإعلانات الانتخابية وفي سائر أنواع الكتابات والرسوم والصور التي تستخدم في الدعاية الانتخابية كما يمنع استخدام مكبرات الصوت على وسائط النقل.

3- يحظر إلصاق أي إعلان أو بيان انتخابي أو وضعه على أعمدة الهاتف والكهرباء والشواخص المرورية والأملاك العامة. بما في ذلك الصور والكتابات كما يحظر إلصاق أي

إعلان أو بيان انتخابي على الجدران أو وضع أي اعلان أو بيان انتخابي أو تركيبها بطريقه تضر بالسلامة العامة.

4- لا يجوز أن تتضمن الخطابات والبيانات والاعلانات ووسائل الدعاية الانتخابية الإساءة لأي مرشح أو لأي شخص بصوره مباشره أو غير مباشره أو اثارة النعرات الطائفية أو القبلية أو الإقليمية أو الجهوية أو العنصرية بين المواطنين.

5- يحظر إقامة المهرجانات والتجمعات على مسافة تقل عن 200متر من مراكز الإقتراع أو الفرز.

وورد في البند (ب) من المادة (23) من قانون الانتخاب أنه يتوجب على الهيئة المستقلة للانتخابات ، ولرؤساء الانتخاب الطلب من وزارة الأشغال العامة والإسكان أو مجلس أمانه عمان الكبرى أو المجالس البلدية ومن في حكمها إزالة إعلان أو بيان انتخابي من أي مكان وجدته مخالفاً لأحكام القانون (قانون الانتخاب 3/2013) وفي المادة (24) من قانون الانتخاب سنة 2015 ما نصه (يحظر على موظفين الحكومة والمؤسسات الرسمية والعامة وامين عمان وأعضاء مجلس الأمانة وموظفيها ورؤساء المجالس البلدية وأعضائها وموظفيها القيام بالدعاية لصالح أي من المرشحين في آماكن عملهم كما يحظر استخدام أي من الوسائل والموجودات المملوكة لهذا المؤسسات في الدعايات الانتخابية لأي مرشح . (قانون الانتخاب ، 2015: 3 -4) .

وفي المادة (25) من نفس القانون وردت شروط ماليه تتعلق بالمال السياسي توجب على المترشح الإلتزام بها لنزاهة الدعاية الانتخابية حيث بينت المادة أنه يتوجب على المرشح لمجلس النواب من خلال قيامه بالدعاية الانتخابية ان يقدم هدايا أو تبرعات أو مساعدات نقديه أو عينيه أو غير ذلك من المنافع أو يعد بتقديمها لشخص طبيعي أو اعتباري سواء كان بصوره

مباشره أو غير مباشره كما يحظر على أي شخص أن يطلب لنفسه أو لغيره أي هدايا أو تبرعات أو مساعدات أو الوعد بها من أي مرشح.(قانون الانتخاب 2015 :4).

ب_ الدعاية الانتخابية والمال السياسي قانونياً .

أن أبرز التحديات التي تواجه الانتخابات في المنطقة عموما والأردن بشكل خاص رواج ظاهرة المال السياسي، وهو في الوقت نفسه يهدد العملية الانتخابية ونتائجها وسيطرة أصحاب المصالح على البرلمان وما يعزز ظاهرة المال السياسي هو استغلال حاجة المواطنين بسبب تردي أوضاعهم المعيشية مما يدفع البعض لبيع أصواتهم تحت الابتزاز.

1- المال السياسي (المفهوم والنتائج):

المال السياسي هو ذلك المال الذي ينفق بكثافه لحصد مقعد تحت قبة البرلمان اذا يركز ببذخ على إنشاء المقرات الانتخابية والدعاية والاعلان، وعملية شراء الأصوات الانتخابية مما حوّل مفهوم المال السياسي من مال يخدم الرؤى السياسية والبرامجية الى مال يشتري أصوات الناخبين مما أدى الى تشوهات واضحة في ولادة المجالس النيابية القائمة على إنفاق (المال الأسود) اما الأسباب التي تؤدي الى رواج المال السياسي فهي: (الوشاح ، 2006 : 5-1):

1) الفقر حيث ان الفقر يدفع بأصحاب المصالح للسيطرة على إرادة فئات المجتمع للتصويت لصالحهم دون الالتفات إلى القوانين والأنظمة التي تجرم مرتكبي هذه الممارسات.(حدادين ، 2014 : 1) .
2) البطالة بين الشباب.
3) الإحباط العام واهتزاز الثقة بأداء مجلس النواب وارتفاع معدل الفقر وعدم اقتناع المواطن بحضور النائب الأمر الذي يدفع العديد من المواطنين الى اللجوء للعمل السياسي وشراء الذمم.

4) عدم اشباع حاجات المواطن الحياتية والاقتصادية.

وقد عالج قانون الانتخاب رقم (6) لسنة 2016 المال السياسي في المادة (59) ، والتي تنصّ على كل من أعطى ناخباً بصورة مباشرة أو بصورة غير مباشرة أو اقرضها أو عرض عليه وتعهد بأن يعطيه مبلغاً من المال أو منظمة في غيره للإقتراع أو الإمتناع عن الإقتراع أو اذا قبل أو طلب مباشرة أو بصورة غير مباشرة مبلغاً من المال أو قرضا أو منضمة أو أي مقابل آّخر لنفسه أو لغيره بقصد أو يقترع عن وجه خاص أو أن يمتنع عن الإقتراع أو ليؤثر في غيره للإقتراع أو الإمتنناع عن الإقتراع . (قانون رقم (6) لسنة 2016 المادة 59) .

ج- أما التحديات التي يواجهها القانون الأردني فيما يتعلق بمكافحة المال السياسي والدعاية الانتخابية والتي تؤثر على سلوك الناخب والمرشح فهي على النحو التالي : (مركز البحوث التشريعية ، 2015 : 7).

1) لم يأتي مشروع القانون بجديد بشأن تنظيم الدعاية الانتخابية والحد من المال السياسي غير المشروع وإنما اقتصرت الإجراءات على تغليظ بعض العقوبات فقط وكان الاجدر أن يتم استحداث إجراءات واليات عملية من شأنها الحد بل والقضاء على المال السياسي وأن يتم تطوير مثل هذه الإجراءات بناءً على الاطلاع على التجارب العالمية الناجمة في ذلك واستلهام المبادئ العامة التي بنيت عليها مثل الحوكمة والإفصاح ومخاطبة وسائل الإعلام والجمهور والمدد والمواعيد وغير ذلك.

2) اكتفى قانوني الانتخابات لعامي 2012 و 2016 بالإحالة الى تعليمات تصدر عن الهيئة المستقلة للانتخاب لتنظيم الدعاية الانتخابية والأجدر أن يتضمن القانون العديد من الإجراءات والأعمال للحد من المال السياسي في الدعاية الانتخابية تأخذ الوسائل

الرعوية المسبقة بالإضافة الى إنتهاج وسائل وقائية من مثل مدونات السلوك للمرشحين ومواثيق الشرف وغير ذلك من وسائل وإجراءات التعليمات لتنفيذ هذه الأطر العامة.

3) كان من ضمن الخيارات التشريعية المطروحة أن يتم الغاء كافة النصوصّ المتعلقة بالدعاية الانتخابية أو المال السياسي وسن قانون خاص للمال السياسي او الإحالة إلى الهيئة المستقلة في إصدار تعليمات تتضمن مجموعة من المبادئ والمعايير بشكل واضح.

4) لم تتضمن القوانين الانتخابية الأردنية إجراءات الشفافية في نشر الجداول الانتخابية حيث آشاد القانون الى نشر الجداول وهذا سيعمل في الحد من المال السياسي.

5) اعادة صياغة الفقر من المادة (9) ، إذ من شأن الصياغة الحالية أن تثير اللبس والغموض، حيث تضمنت إدلاء الناخب بصوت لقائمة من القوائم المقبولة للترشيح وكذلك ضبط الصياغة في عجز المادة وإستبدال كلمة فيها الواردة في اخر المادة بكلمة منهم بإعتبار أنها تعود على المرشحين في القائمة وليس القائمة.

6) وتأخذ أدوات تعزيز الشفافية والثقة بمخرجات الانتخابية لم يجز مشروع القانون نشر مخاطر الفرز الأولي والنهائي في الدوائر وتزويد المراقبين بنتائج ذلك.

ثانياً :الأسس القانونية للدعاية الانتخابية (القانون الأردني).

نظمت القوانين الوطنية للدول الأسس والمبادئ التي تحكم عملية الدعاية الانتخابية أو الحملة الانتخابية ووضعت لها قيود ولا يجوز تجاوزها ، ووضعت لتلك التجاوزات عقوبات وجزاءات عن كل من يخالف تلك الدعاية.

ففي القانون الأردني وضعت شروط وأسس وضوابط لا يجوز للناخب أن يتجاوزها مهما كانت الأسباب، ذلك لأن الانتخابات برمتها تجدد الحياة الديمقراطية في الأردن وإستقرار تلك العملية الديمقراطية ولأن الدعاية الانتخابية هي تعبير عن السلوك الاجتماعي والقانوني للمرشح في تكريس أسس الديمقراطية والإستقلالية إزاء العملية الانتخابية ، ودور ذلك المرشح في ممارسة الرقابة الذاتية على سلوكه الشخص، ولأن الدعاية الانتخابية مربوطة بالمسائلة والمناقشة والإستجواب والمشاركة بفعالية في صنع وإتخاذ القرار النيابي المستقبلي. (I C G ، 2003 : 3-1).

حتى تكون الدعاية الانتخابية قانونية، لابد أن تحاط بشروط ومبادئ وأسس تحكم عملية الدعاية الانتخابية ، وحتى تكون هذه الدعاية طريقة قانونية لتعريف الناخبين ببرامج المرشحين وخططهم المستقبلية لكي يحظى هؤلاء المرشحون بثقة الناخبين ومن أهم هذه الأسس والمبادئ. (حسين ، 2010 : 61-64) .

1- إتاحة الفرص لجميع المرشحين وتمكينهم من عرض تفاصيل برامجهم الانتخابية فيجب أن يتضمن إتاحة الفرصة لجميع المرشحين وتمكينهم من عرض تفاصيل برامجهم الانتخابية وعن طريقها يتمكن من خلال المرشحون من تعريف المواطنين بأنفسهم وبقدراتهم وإبداعاتهم السياسية ومؤهلاتهم وبرنامج سياسي واقتصادي واجتماعي وثقافي لتحقيق متطلبات الناخبين.

2- التساوي بين المرشحين في عرض دعاياتهم الانتخابية لضمان نزاهة الانتخابات وصدقها، ويجب العمل لحل كفالة المساواة في استخدام الإعلام من جانب المرشحين أو الأحزاب ، ومن جانب انصار الاستفتاء وخصومة وهذا يقتضي محاربة المحاباة أو التمييز الذي يختص به البعض والبعض الآخر سواءً كان ذلك بسبب ثقل المركز المالي أو التأكد الحكومي. لذا يجب ان تجري الدعاية الانتخابية للمرشحين كافة تحت إطار من المساواة أمام القانون.

3- تحديد موعد الدعاية الانتخابية من المبادئ المهمة في الدعاية الانتخابية بعد تحديد موعد بداية الدعاية الانتخابية وتحديد موعد نهايتها ويجب على كل المرشحين الالتزام بهذه المواعيد فكل ممارسة للدعاية الانتخابية قبل هذا الموعد او بعده تعتبر مخالفة وعمل غير مشروع لكنه لا يؤدي إلى انتهاء الانتخابات الإ إذا كان لها تأثير في نتيجة الانتخابات ومن قواعد استخدام الدعاية الانتخابية : المنظمة العربية لحقوق الإنسان (2011 : 65-67)

1- عدم التعرض لحرمة الحياة الخاصة لأي من المرشحين.

2- الإلتزام بالمحافظة على الوحدة الوطنية.

3- الإمتناع عن إستخدام الشعارات الدينية عن نحو يهددها أو يسيء اليها.

4- خطر إستخدام المباني والمنشآت ووسائل النقل والانتقال المملوكة للدولة.

5- خطر إنفاق الأموال العامة وأموال شركات القطاع العام وقطاع الأعمال العام والشركات التي تساهم الدولة في رأسمالها في أغراض الدعاية الانتخابية.

6-خطر القيام بأية دعاية انتخابية تنطوي على خداع الناخبين أو التدليس عليهم أو اذاعة اخبار كاذبة عن موضوع الانتخابات أو عن سلوك احد المرشحين أو عن أخلاقه أو التشهير به من الكلمات أو الصور أو الرموز أو الإيماءات أو الحيل او أي شكل أخر بقصد التأثير على العملية الانتخابية أو توجيه الناخبين إلى إبداء الرأي عن وجه معين أو الإمتناع عنه.

ومن هذه القواعد والاسس المهمة الأخرى للدعاية الانتخابية:(قنديل ، فاعور 2011: 65-67) .

1- الإمتناع عن إستعمال الأسلحة.

2- الإمتناع عن استخدام الدعاية الانتخابية في غير أهدافها أو الدعاية لغير برنامجه الانتخابي الشرعي.

3- حظر استخدام مكبرات الصوت لأغراض الدعاية الانتخابية إلا في حالة الاجتماعات الانتخابية.

4- الامتناع عن الاعتداء على وسائل الدعاية الانتخابية لغيره من المرشحين سواء بالشطب أو التمزيق أو غير ذلك من وسائل المحو أو الإتلاف او الإزالة.

5- لكل مرشح مستقبل ولكل حزب او ائتلاف حزبي الحق في الدعاية لبرنامجه الانتخابي من خلال شبكات الإذاعة او القنوات التلفزيونية الرسمية والخاصة.

المطلب الثاني

مبادئ الدعاية الانتخابية في قوانين الانتخاب الأردني لعام 2012 و 2016.

ان مبادئ الدعاية الانتخابية في قانون الانتخاب الأردني رقم (25) لسنة 2012 والذي حددت المواد 22–26 من قانون الانتخاب الأردني رقم (25) لسنة 2012 ، مبادئ الدعاية الانتخابية التي يجب على المرشح الإلتزام بها نصاً وروحاً وذلك على النحو التالي (قانون الانتخاب الأردني ، 2012 :3–2) .

المادة(22):

أ– على وسائل الإعلام الرسمية معاملة جميع المرشحين خلال مدة الدعاية الانتخابية بحيادية ومساواة .

ب– على المرشح عند مماسته الدعاية الانتخابية الإلتزام بما يلي :

1– أحكام الدستور وإحترام سيادة القانون .

2– إحترام حرية الراي والفكر لدى الاخرين .

3– المحافظة على الوحدة الوطنية ، وأمن الوطن ، واستقراره ، وعدم التمييز بين المواطنين.

4– عدم إجراء الدعاية الانتخابية في الوزارات ، والدوائر الحكومية، والمؤسسات الرسمية والعامة، والمؤسسات التعليمية ، ودور العبادة .

5– عدم التعرض لأي دعاية انتخابية لغيره من المرشحين سواءً بصورة شخصية أو بواسطة أعوانه ومؤيديه في حملته الانتخابية .

المادة (24): تنصّ على مما يلي : (قانون الانتخابات ، 2012 : م 24).

1) للمرشحين نشر الإعلانات والبيانات المتضمنة أهدافهم وخططهم وبرامج عملهم شريطة أن تحمل أسمائهم، وتعفى هذه الإعلانات والبيانات من الترخيص والرسوم .

2) لا يجوز إستعمال شعار الدولة الرسمي في الاجتماعات والإعلانات الانتخابية وفي سائر أنواع الكتابات والرسوم والصور التي تستخدم في الدعاية الانتخابية ، كما يمنع استعمال مكبرات الصوت .

3) يحظر الصاق أي اعلان أو بيان انتخابي أو وضعه على أعمدة الهاتف والكهرباء والشواخص المرورية والاملاك العامة بما في ذلك الرسوم والكتابات، كما يحظر إعلان أو بيان انتخابي على الجدران أو وضع إعلان أو بيان انتخابي بطرية تضر بالسلامة العامة.

4) لا يجوز أن تتضمن الخطابات والبيانات والإعلانات ووسائل الدعاية الانتخابية والإساءة لأي مرشح او لأي شخص أو اثارة النعرات القبلية أو الطائفية أو الاقليمية او الجهوية أو العنصرية بين المواطنين .

5) يحظر إقامة المهرجانات والتجمعات على مسافة تقل على 200 متر من مراكز الاقتراع.

وفي المادة (24) ايضاً يحظر على موظف الدولة والمؤسسات الرسمية والعامة وأمين عمان وأعضاء مجلس الامانة ورؤساء المجالس البلدية وأعضائها وموظفيها القيام بالدعاية الانتخابية لصالح أي من المرشحين أو إستخدام موجودات ومملوكات الدولة في الدعاية الانتخابية .

المادة (25) يحظر على أي مرشح أن يقدم خلال دعايته الانتخابية هدايا أو تبرعات أو مساعدات نقدية او عينية أو يعد بتقديمها شخص طبيعي او اعتباري سواءً بصورة مباشرة أو غير مباشرة .

المادة (26) بعد تقديم طلب الترشح والقبول يجوز القيام بأعمال الدعاية الانتخابية .

وفـي القـوانين الانتخابيـة الـسابقة فـإن الهيئـة المـستقلة للانتخـاب اقـرّت قواعـد وأسـس الدعاية الانتخابية فقد حددت تلك المواد من المادة (22–26) من قانون الانتخاب رقم (25) لسنة 2012 الإطار العام لضوابط وسلوك المقترن بأفعال المرشحين من خلال الالتزام بأسس الدعاية الانتخابية ، والتي تستطيع القول أنها على النحو الآتي :(قانون الانتخاب ، 2012 : م 22–26).

1– الإلتزام بالدستور وأحكامه .

2- إحترام سيادة القانون .

3- إحترام حرية الرأي والفكر لدى الاخرين .

4- المحافظة على الوحدة الوطنية .

5- المحافظة على الأمن والإستقرار .

6- عدم التمييز بين المواطنين .

7- عدم إجراء الدعاية في الدوائر والمؤسسات العامة والحكومية بأنواعها .

8- عدم إجراء الدعاية الانتخابية في دور العبادة .

9- عدم التدخل في الدعايات الانتخابية للمرشحين الأخرين لا من قريب ولا من بعيد .

10- يجوز للمرشحين إعلاناتهم وبياناتهم وأهدافهم وخططهم وبرامجهم وصورهم وأفكارهم شريطة أن تحمل أسمائهم .

11- إعفاء برامج واعلانات وأهداف وخطط وصور وأفكار المرشحين في اي رسوم وضرائب.

12- عدم استعمال شعار الدولة الرسمي في الدعايات والحملات الانتخابية .

13- عدم الصاق الإعلانات والبيانات والصور على كل ما يتبع للدولة ومملوك لها .

14- عدم التعرض للإساءة للأخرين من خلال خطابات واعلانات ووسائل دعاية المرشحين .

15- عدم إقامة المهرجانات على مسافة تقل عن 200 متر .

16- عدم قيام موظفي الدولة بالدعاية الانتخابية للمرشحين والمشاركة بها .

17- عدم تقديم المال ، والهدايا والتبرعات والمساعدات لأي شخص بصورة مباشرة وغير مباشرة خلال الحملة والدعاية الانتخابية .

18- بعد قبول طلب الترشح يجوز القيام بالدعاية الانتخابية .

ومما سبق يتبين لنا أيضا أن المواد الخاصة بالدعاية الانتخابية ركزت على العناصر التالية :(الطراونة ، 2013 : 1-2)

1- حقوق المرشح .

2- حقوق المواطن .

3- ما يتعلق بالدستور والقانون (الإلتزام بالدستور والقانون)

4- ما يتعلق بالمال السياسي خلال الانتخابات .

5- الاستقلال المالي والإداري .

6- ما يتعلق بمؤسسات الدولة المملوكة .

7- ما يتعلق بموظفي الدولة والقطاع الخاص .

ب- مبادئ واسس للدعاية الانتخابية في قانون الانتخاب رقم (6) لسنة 2016 والذي تم بناء عليه تم انتخاب مجلس النواب الثامن عشر .

وردت مجموعة من الاسس والمبادئ للدعاية الانتخابية في قانون الانتخاب رقم (6) لسنة 2016 على النحو التالي : (قانون الانتخاب 2016 : 3-4) .

1- الإلتزام باحكام الدستور .

2- احترام سيادة القانون .

3- احترام حرية الرأي .

4- إلتزام وسائل الإعلام بالقانون في التعامل بحياد ومساواة مع جميع المرشحين خلال فترة الدعاية الانتخابية .

5- تبدا فترة الدعاية الانتخابية من تاريخ الترشح وتنتهي قبل 24 ساعة من اليوم المحدد للإقتراع .

6- المحافظة على الوحدة الوطنية .

7- المحافظة على أمن وإستقرار الوطن .

8- عدم التمييز بين المواطنين .

9- عدم إجراء الدعاية الانتخابية في الوزارات والدوائر والمؤسسات الحكومية والرسمية .

10- عدم اجراء الدعاية الانتخابية في دور العبادة .

11- عدم التعرض من قبل أي مرشح لأي دعاية انتخابية لغيره من المرشحين سواء بصوره شخصية او بواسطة اعوانه .

12- عدم تقديم الهدايا واموال نقدية وعينية أو تبرعات أو مساعدات أو أي منافع لأي شخص بهدف الحصول على صوته .

13- عدم إستعمال شعار الدولة في الدعاية الانتخابية .

14- عدم الصاق أي شعار أو خطط أو بيان عن كل ما يتعلق بأملاك الدولة .

وقد وردت تلك المبادئ والأسس في المادة (22) من قانون الانتخاب رقم (6) لسنة 2016 والذي بناء عليه أنتخب مجلس النواب الثامن عشر.

ومن خلال ما سبق ، وبعد المقارنة بين المواد المتعلقة بقانون الانتخاب رقم (25) لسنة 2012 ، وقانون الانتخاب رقم (6) لسنة 2016 يتبين لنا ما يلي :

1- التطابق التام في أسس ومبادئ وقواعد وضوابط الحملة والدعاية الانتخابية للمرشح .

2- وردت نصّوص تتعلق بحقوق المواطن في الانتخاب .

3- وردت نصّوص تتعلق بحق المرشح في الانتخاب والدعاية الانتخابية .

4- التركيز على حقوق موظفي واملاك الدولة في تجنيبها للدعاية الانتخابية .

5- عدم إقحام المال السياسي ، والهدايا ، والمساعدات في عملية الدعاية الانتخابية .

الفصل الثالث

الدعاية الانتخابية وأثرها على مجلس النواب الثامن عشر

الفصل الثالث

الدعاية الانتخابية وأثرها على مجلس النواب الثامن عشر

في العشرين من أيلول / سبتمبر عام 2016 تم انتخاب مجلس النواب الثامن عشر وكان من نتائج الانتخابات ضعف الإقبال على الانتخاب، وقد عزي ضعف المشاركة السياسية إلى عوامل وأسباب سياسية واجتماعية ونفسية، إضافة إلى أسباب تتعلق بأداء المجلس السابق السابع عشر الذي تم انتخابه في 2013 واستمر أربع سنوات كاملة، وقد كانت المنافسة عالية على مستوى المملكة رغم أن الدعاية الانتخابية لا تختلف عن سابقاتها ، فكثير من الناس لا ينظر للدعاية الانتخابية ولكنه أكثر ما يهمه عوامل أخرى تتعلق بالعرق والدم والطائفية والعشائرية الأمر الذي افرز نوابا ذوي امتدادات عشائرية إلى جانب الضعف الحزبي، رغم أن الأحزاب قدمت شعارات تمثل نوعا من الوعي والتطور السياسي فيما يتعلق بالأوضاع والأردن والبلدان العربية المحيطة والمنطقة برمتها، إلا أن المواطن لا يؤمن بقدرات المرشحين على تحقيق تلك الشعارات .(المشاقبة، 2016 :3-4).

يتناول الباحث في الفصل المبحثين الاتيين :

المبحث الأول : مجلس النواب الثامن عشر (الاقتراع، الفرز، النتائج)

المبحث الثاني : تأثير الدعاية الانتخابية على مجلس النواب الثامن عشر .

المبحث الأول

مجلس النواب الثامن عشر (الاقتراع، الفرز، النتائج، الأفعال)

يعتبر البرلمان الأردني من الدوائر الأساسية والمحورية في صنع القرار السياسي والاقتصادي والإداري، الأمر الذي يجعله يتحمل عبئا ومسؤولية سياسية في مسيرة صنع القرار والقانون والإصلاح على كافة المستويات وقد تم إجراء الانتخابات في20/أيلول /سبتمبر 2016 لاختيار مجلس النواب الثامن عشر منذ استقلال المملكة الأردنية الهاشمية عام 1946 ، علما أن المجلس النيابي الأول جرى انتخاب في عام 1947، حيث يعتبر المجلس 23 منذ تأسيس الدولة الأردنية الحديثة سنة 1921، إذ جرت خلال أعوام 1929-1931-1934-1937-1942، وكانت الهيئة المستقلة للانتخاب هي الجهة المسؤولة عن الانتخاب حيث بلغ عدد المقاعد النيابية 130 مقعدا موزعة على مناطق الأردن كافة، وقد خصص من بينها عدة كوتان للمسحيين والشراكسة والشيشان والبدو وللنساء، وقد شاركت بعض الأحزاب، حيث شاركت جماعة الإخوان المسلمين في هذه الانتخابات ضمن القوائم بعد مقاطعتها للانتخاب في عدة دورات سابقة قبل عام 2016 (الهيئة المستقلة للانتخاب،/ 2016 : 1-4)

يتناول الباحث في هذا المبحث المطلبين الآتيين :

المطلب الأول : مراحل العملية الانتخابية .

المطلب الثاني : الحملات الانتخابية وشعاراتها لمرشحي مجلس النواب الثامن عشر 2016

المطلب الأول

مراحل العملية الانتخابية

عند الاطلاع على قانون الانتخاب لمجلس النواب الأردني لسنة 2016، ونتفحص الفقرة (أ) من المادة رقم (9) حيث يحتوي القانون على 67 مادة والذي يختلف عن قانون الانتخاب العام 2013، فقد تتضمن القانون 2013 إتباع القائمة النسبية المفتوحة ولملء المقاعد النيابية والتي تبلغ(130) مقعدا (بعدما كانت 150 مقعد) في مجلس النواب السابع عشر 2013-2016) واحتساب الفوز في القائمة النسبية المفتوحة على مستوى الدائرة الانتخابية حيث تحسب النتائج بان تحصل على قائمة على مقاعد الدائرة الانتخابية لتبين عدد الأصوات التي حصلت عليها كقائمة من مجموع المقترعين في الدائرة الانتخابية ذاتها، وقد حدد الفائزون من هذه القائمة على أساس المرشح الحاصل على أعلى الأصوات وفي حالة لم تملئ المقاعد بالنسبة لمطلوب الصحيحة، فإنه سيتم اعتماد طريقة الباقي الأعلى لملء هذه المقاعد (قانون الانتخاب رقم 6، 2016 الماد9).

ولتحليل محتوى الدعاية الانتخابية التي أصدرها المشرحون في الانتخابات الأردنية عام 2016 المجلس النواب الأردني الثامن عشر لا بد لنا من استعراض حيثيات القانون الانتخابي الذي بناء عليه تم انتخاب أعضاء المجلس من النواب لان القانون هو الذي يبين توجهات المرشحين ويبين المشاكل التي أعثرت المجلس من خلال انجازات المجلس خلال الفترة الوجيزة من انتخابه.

تعد انتخاب مجلس النواب الثامن عشر بناء على قانون الانتخاب رقم (6) لسنة 2016 .

إن إسهام مجلس النواب في تطوير وإصلاح قانون الانتخاب الجديد يكاد يقتصر على تمرير مشروع القانون كما جاء من الحكومة، دون العودة به إلى الخلف، بهذا فإن ابرز واهم مخرجات الحوار الوطني حول مشروع قانون الانتخاب لم يأخذ بها مجلس النواب،ولم تجد طريقها إلى القانون الجديد، أما الإضافات الايجابية التي تحسب للمجلس، فهي محدودة فعلا، وتتمثل في خفض سن الناخب، وإنقاذ محافظتي البلقاء والكرك من التقسيم إلى دوائر اصغر، وشمول المنتسبين المدنيين للجيش والأجهزة الأمنية بحق الانتخاب، وتمكين العاملين في العملية الانتخابية من الاقتراع، وفي المقابل فإن مجلس النواب وافق على شطب القائمة الوطنية على مستوى المملكة، وتمسك بنظام الباقي الأعلى بدون نسبة حسم، وحرم الأردنيين في الخارج من حق الاقتراع، وأبقى على الكوتا النسائية بمعدل مقعد لكل محافظة بدل المقترح، مقعد لكل دائرة، وأبقى على دوائر البادية كدوائر مغلقة ديمغرافيا، وألغى الكوتا : المفتوحة للمسيحيين والشركس والشيشان .

يتناول الباحث في هذا المطلب المحاور التالية : (الجريدة الرسمية، 2016 : العدد (3586

أولا : قانون الانتخاب رقم6 لسنة 2016 ، ويمكن تسجيل النقاط التالية:

1) خفض سن الناخب لأعضاء مجلس النواب :

حدد مشروع قانون الانتخاب أن لكل أردني بلغ 18 سنة من عمره في اليوم الأول من شهر كانون الثاني من السنة التي ستجري فيها الانتخابات الحق في انتخاب أعضاء مجلس النواب وبموجب التعديل الذي ادخله مجلس النواب على مشروع القانون، فإن السن الأدنى للانتخاب هو بلوغ الناخب 18 سنة قبل 90 يوما من تاريخ الاقتراع، بهذا يكون مجلس النواب

قد خفض سن الناخب بمقدار ثلاثة أشهر على الأقل ويزداد مقدار التخفيض كلما أجريت الانتخابات بعيدا عن بداية العام، وبإجراء انتخابات 2016 يوم 20 أيلول، يكون مقدار التخفيض حوالي ستة أشهر وهذا من شانه زيادة أعداد الناخبين الشباب.

2) حرمان الأردنيين في الخارج من حق الاقتراع

تجاهل مشروع قانون الانتخاب وكذلك مجلس النواب حق المواطنين الأردنيين في الخارج بممارية حقهم الدستوري في المشاركة في الانتخاب دون أي مبررات مقبولة، ومن المعروف أن الدول تعالج هذا الجانب في العملية الانتخابية من خلال إجراء ترتيبات الاقتراع لمواطنيها في سفاراتها المنتشرة في العالم، وهذا ما تمارسه دول عربية مجاورة للأردن مثل مصر والعراق، حيث يشارك رعاياها المقيمون في الأردن في انتخابات بلادهم، وأكدت مدير الأحوال المدنية والجوازات في مقابلة مع وكالة الأنباء الأردنية (بترا) (وكالة الأنباء الأردنية، 2016 : 1-2)

أن هناك ما يزيد على 800 ألف مواطن يعملون خارج المملكة، إضافة لعشرات الآلاف ممن يغادرون المملكة لأسباب عدة منها الدراسة في الجامعات، وأضاف بان هذه الفئة تقع ضمن دائرة ممن هم مسجلون في سجلات الناخبين ويحق لهم الاقتراع إلا أن قانون الانتخاب لا يوفر الآليات في تمكينهم من قياهم بواجبهم الوطني في حال وجودهم خارج المملكة، بالتالي فإن ما يقارب المليون ناخب لن يتسنى لهم المشاركة في الانتخابات ، وأعرب قطيشات عن أمله بان يتم " إيجاد آليات تمكنهم من الاقتراع في الانتخابات في السنوات المقبلة" .

3) منح الموظفين المدنيين في الجيش والأمن حق الانتخاب :

وافق مجلس النواب على منح المنتسبين المدنيين للقوات المسلحة وأجهزة الأمن الحق في الانتخاب، فقد نص مشروع قانون الانتخاب على انه : يوقف استعمال حق الانتخاب لمنتسبي

القوات المسلحة والمخابرات العامة والأمن العام قوات الدرك والدفاع المدني في أثناء وجودهم في الخدمة، لكن مجلس النواب ادخل تعديلا مهما على هذه الفقرة تم بموجبه عدم شمول : المستخدم المدني" بالاستثناء الذي يستهدف أفراد الجيش والأمن (مجلس النواب الأردني، 2016 :1)

وقد جاء في تصريح لرئيس مجلس مفوضي الهيئة المستقلة للانتخاب يوم 2016/8/24، نشره موقع الهيئة الالكتروني انه قد : تم إدراج 5308 ناخبين وناخبات من المنتسبين المدنيين من القوات المسلحة والأجهزة الأمنية على الجداول النهائية للناخبين وتوزيعهم على دوائرهم الانتخابية تطبيقا لأحكام المادة (3) فقرة (ب) من قانون الانتخاب.

4) تمكين العاملين في العملية الانتخابية من الاقتراع

أضاف مجلس النواب لمشروع قانون الانتخاب حكما يتطلب من الهيئة المستقلة للانتخاب اتخذا التدابير اللازمة لضمان ممارسة العاملين في العملية الانتخابية حقهم في الاقتراع وفق تعليمات تصدر لهذه الغاية(الفقرة 28/ب) وبحسب المعطيات المتوفرة لدى الهيئة، فإن عدد هؤلاء الإجمالي يبلغ نحو 60 ألف شخص، وصرح الناطق الإعلامي باسم الهيئة المستقلة للانتخاب بان مجلس المفوضين قد قرر أن يصوت العاملون مع الهيئة في الانتخابات كل في مركز الاقتراع الذي يعمل فيه، وفي يوم الاقتراع نفسه، وذكر المومني أن عدد المشرفين على العملية الانتخابية السابقة يقدر، 43 إلى 48 ألف موظف لم يكن متاح لهم التصويت.

5) تقسيم الدوائر الانتخابية وتوزيع المقاعد النيابية بنظام (مجلس النواب الأردني، 2016 : 2-3)

رغم المطالبة النيابية والشعبية الواسعة بان يتضمن قانون الانتخاب ملحقا خاصا بتقسيم الدوائر الانتخابية، وتوزيع المقاعد المخصصة لها، كما في قانون الانتخاب السابق لسنة 2012،

إلا أن مجلس النواب لم يتمسك بهذا المطلب، ووافق على اقتراح لجنته القانونية بان يتضمن القانون تقسيما مقترحا للدوائر الانتخابية (المادة 8) وترك حرية توزيع المقاعد للحكومة، أما صيغة تقسيم الدوائر، فقد كفلت أن تكون كل واحدة من اصغر تسع محافظات في المملكة، وكذلك كل واحدة من دوائر لبدو الثلاث، دائرة انتخابية واحدة، وهذا يشمل محافظتي البلقاء والكرك التي لكل واحدة منهما 10 مقاعد حسب نظام الانتخاب السابق، وفي المقابل تقسيم اكبر ثلاث محافظات : العاصمة واربد والزرقاء، إلى أكثر من دائرة (العاصمة، : 5 دوائر، اربد : 4 دوائر، والزرقاء : دائرتان).

إن المكسب من هذه الصفقة هي إنقاذ محافظتي البلقاء والكرك من التقسيم إلى دوائر اصغر، أما الخسارة فتتمثل بموافقة مجلس النواب على تقسيم المحافظات الثلاث الكبرى إلى دوائر فرعية وهذا حرم نظام الانتخاب من أن يعوض ولو جزئيا الخسارة الكبيرة بإلغاء القوائم الوطنية على مستوى المملكة التي تضمنها القانون السابق.

لان نتائج نظام القائم النسبية المفتوحة تكون ايجابية أكثر كلما كان عدد المقاعد المخصصة للدائر اكبر.

6) الإبقاء على حال الكوتا النسائية : مقعد لكل محافظة ودائرة البدو

اعتمد مجلس النواب الصيغة نفسها التي جاءت في مشروع القانون بخصوص الكوتا النسائية، وهي تخصيص مقعد واحد لكل واحدة من المحافظات ودوائر البدو الثلاث (المادة 8) بغض النظر عن حقيقة التباين الشاسع بين الدوائر في عدد السكان أو الناخبين، إن هذا التخصيص لمقاعد المرأة يلحق غبنا بحقوق المرأة في المحافظات الثلاث الكبيرة، ولذا كان من الإنصاف توسيع دائرة التمثيل النسائي على الأقل بتخصيص مقعد لكل دائرة انتخابية بدل مقعد

لكل محافظة ما دام انه قد تم تقسيم المحافظات الثلاث الكبيرة إلى دوائر فرعية، الأمر الذي كان من شانه رفع مقاعد المرأة من 15 إلى 23 مقعدا، اخذين بالاعتبار أن العدد الإجمالي لمقاعد مجلس النواب، يشتمل على سبع مقاعد إضافية قياسا بالتوزيع السابق لمقاعد الدوائر المحلية كان يمكن توظيفها لها الغرض لكنه تم توزيع ستة منها لتحسين تمثيل عدد من الدوائر المغبونة في حجم تمثيلها في هذه المحافظات الثلاث تحديدا.

7) اعتماد نظام القائمة المفتوحة على مستوى الدائرة

لقد شكل اعتماد الحكومة ومجلس النواب لنظام القائمة النسبية المفتوحة كنظام بديل للصوت الواحد (بغض النظر عن عدد المقاعد المخصصة للدائرة) خطو إصلاحية مهمة للأمام، لكنها منقوصة بسبب طريقة احتساب الفوز، وغياب نسبة حسم، وشطب القائمة الوطنية النسبية المفتوحة مستوى المملكة، وإذا نظرنا لنظام القائمة النسبية المفتوحة من حيث المبدأ فهي صيغة جيدة لأنها تعطي الناخب الحق في أن يرتب الأسماء المترشحة في القائمة حسب أفضلياته، وهذا يعظم قيمة الصوت الانتخابي التي لا تقتصر على التفضيل فقط بين القوائم كما هي الحال في القائمة النسبية المغلقة التي كانت في انتخابات 2013ـ مسرحا لتغول المال السياسي من خلال التحكم بترتيب المرشحين حسب ما تقتضيه القائمة، ومع ذلك ينبغي الاعتراف أن الأحزاب السياسية تفضل بشكل عام القائمة النسبة المغلقة لأنها توفر فرصا أفضل لفوز القيادات الحزبية التي تختار عادة لمواقع الأولى في قوائم الأحزاب المرشحة وكذلك في حالة ائتلاف حزبين أو أكثر، حيث يتم توزيع الأسماء المتفق عليها في القائمة حسب المواقع التي تقررها الأحزاب المؤتلفة.

8) شطب القائمة الوطنية على مستوى المملكة

لقد خصص قانون الانتخاب (السابق) لسنة 2012 الذي طبق في انتخابات 2013 قائمة وطنية نسبية على مستوى المملكة من 27 مقعدا، وكانت تلك أول تجربة للقائمة النسبة المغلقة في الأردن، واقترنت بطريقة الباقي الأعلى لاحتساب الفوز، وتضمنت تلك التجربة مجموعة من مظاهر الضعف والخلل، لكن النخب تطلعت إلى تطوير تلك التجربة سواء بزيادة عدد المقاعد المخصصة لها أو الاستعاضة عن طريقة الباقي الأعلى بطريقة أكثر عدالة، وإقرار نسبة حسم (عتبة تمثيل) بما يعزز فرص القوائم القوية في الحصول على تمثيل نيابي اكبر، تعزيزا للتوجه الملكي نحو الحكومات البرلمانية، غير أن مشروع القانون جاء خلوا من القائمة الوطنية، ومجلس النواب اقر، من جهته القانون دون تعديل على هذا الصعيد رغم أن الحوار الوطني الذي إدارته اللجنة القانونية في مجلس النواب قد أوصت بالحفاظ على القوائم الوطنية، كما أن القوائم الوطنية تشكل احد ابرز مطالب الأحزاب الخاصة بتطوير قانون الانتخاب، ومع كل ذلك فقد تجاهل مجلس النواب هذه المعطيات وأبقى على نظام الانتخاب كما اعتمدته الحكومة.

9) إلغاء الكوتا المفتوحة للمسيحيين والشركس والشيشان

اشتمل مشروع قانون الانتخاب لسنة 2012 الذي تقدمت به الحكومة على تطوير مهم يتعلق بالتعامل مع كوتات المسيحيين والشركس والشيشان باعتبارها تمثل الحد الأدنى من عدد المقاعد المخصصة لها في المحافظات نفسها، مع الاحتفاظ لهذه الفئات بحق التنافس على جميع المقاعد الأخرى، الا ان مجلس النواب لم يوافق على مشروع القانون، والإبقاء على الكوتات كما كانت عليه في القوانين السابقة، إن أهمية هذا التوجه الذي اقترحته الحكومة لا

يمكن إعطاء هذه الفئات الفرصة لإحراز مقاعد إضافية في مجلس النواب، بل يمكن في أولا إعطاء الحق للفئات المشمولة بهذه الكوتات في المنافسة المفتوحة على سائر المقاعد، بحيث لا تحرم الكوتا هذه الفئة من المواطنين من حقهم في الترشح في أي دائرة يرغبون، وثانيا : توفير مؤشر للحكم على مدى الحاجة للكوتا، إذ كلما تبين أن هذه الفئات أو بعضها قادرة على تحقيق الفوز بعدد معقول من المقاعد تنافسيا، مقارنة مع عدد المقاعد المخصص لها، تتعزز مبررات الاستغناء عن هذه الكوتا.

10) الإبقاء على دوائر البادية كدوائر مغلقة ديمغرافيا

لم يعد الإبقاء على دوائر البادية الثلاث كدوائر مغلقة ديمغرافيا في قانون الانتخاب أمرا مقنعا فمن الزاوية الاجتماعية لم تعد البداوة كنط حياة أو إنتاج قائمة، وبالتالي يتعين الاستعاضة عن هذه الكوتا ببديل يكفل لهذه الدوائر الاحتفاظ بعدد المقاعد النيابية المخصصة لهان وذلك بتحويلها ببساطة إلى دوائر جغرافية ثلاث، تغطي أقاليم الشمال والوسط والجنوب، إن هذه المعالجة لكوتا دوائر البادية، يقلل من حجم الاختلالات في قانون الانتخاب، بتحقيق منجزين في آن واحد، الأول هو إلغاء واحدة من الكوتات التاريخية في قوانين الانتخاب الأردنية، والثاني هو دمج هذه الدوائر في منظومة النظام الانتخابي العام والذي سيعطي أبناء وبنات مناطق البادية الحق في الترشح في أي دوائر أخرى في المملكة فيما سيصبح في المقابل من حق الناخبين في الدوائر الأخرى الترشح في دوائر البادية، إن مشروع القانون قد تجاهل هذا المطلب الوطني والذي يؤيده قطاع واسع من الناخبين في مناطق البادية.

ثانيا : مراحل العملية الانتخابية لمجلس النواب الثامن عشر 2016 :

لقد مرت عملية الانتخابات النيابية الأردنية لعام 2016 بعدة مراحل بدأت بالتسجيل للانتخابات تم عملية الدعاية الانتخابية تم الاقتراع يوم 20 أيلول /سبتمبر تم عملية الفرز ومن ثم إعلان النتائج إلى المرحلة الأخيرة انعقاد المجلس ويمكن تصنيف المراحل إلى ما يلي :

1) التسجيل للانتخابات (الترشيح) ودفع الرسوم.
2) الدعاية الانتخابية.
3) الاقتراع.
4) الفرز.
5) إعلان النتائج.
6) انعقاد المجلس.

وحول نتائج الفرز للانتخابات وفي قراءة أولية لتلك النتائج يتبين لنا النقاط التالية: (المشاقبة، 2016 : 1-4)

- إن عدد الذين يحق لهم التصويت بقارب 4.25 مليون شارك منهم مليون ونصف مواطن، حيث أن نسبة إجمالية المشاركة 37.1% على مستوى المحافظات.
- اقل النسب في المقترعين كانت في العاصمة عمان ، إذ وصلت إلى 23.5% في حين أن أعلى نسبة اقتراع كانت في البادية الجنوبية حيث وصلت إلى 83.39%.
- الملاحظ أن هناك ضعفا في المشاركة السياسية لدى العديد من المكونات الاجتماعية على مستوى المملكة عموما في هذه الانتخابات مقارنة بانتخابات عام 2013.

- أما الأسباب التي أدت إلى ضعف المشاركة السياسية في انتخابات عام 2016 فيمكن أن تعزى إلى عوامل وأسباب سياسية واجتماعية ونفسية وأسباب تتعلق بأداء المجلس والمرشحين أنفسهم.
- شدة المنافسة كانت عالية على مستوى المملكة، حيث ترشح ما يقارب 1252 مرشحا، حيث كانت النسبة المئوية للتنافس على المقعد الواحد 9.6% ما يقارب 266 ألف يعود إلى تغيير قانون الانتخاب وكذلك القائمة النسبية الموحدة.
- حصدت النساء (15) مقعدا كوتا +5 مقاعد زيادة وبالتالي فإن المارة نافست الرجال على المقاعد 115 وحصلت على خمسة منها وبالمجل حصلت على (20) مقعدا نسائيا 15.38 أي أكثر من 3% عن المجلس النيابي السابع عشر 2013-2016.
- كان عدد النواب السابقين ومن برلمانات مختلفة في مجلس النواب الثامن عشر قد وصل إلى 54 نائبا أي ما نسبته 41% من أعضاء المجلس الحالي، أما النواب الجدد فعددهم 76 نائبا ونسبته 58% من المجلس.
- إذا نظرنا إلى الفئات العمرية في مجلس النواب الثامن عشر نجد أن عدد النواب الذين تكون أعمارهم بين الجدول رقم (1):

الجدول رقم (1)

فئات واعمار النواب لعام 2016

العمر	العدد
30-39	12 نائب
40-49	45 نائبا
50-59	54 نائبا
60-69	15 نائب

المصدر : ديوان مجلس النواب الأردني(2016)

وبالتالي نلاحظ أن الفئة التي تتراوح بين 40–59 سنة، حصلت على ما نسبته 76.1% من مجموع أعضاء مجلس النواب.

أما عن التمثيل الحزبي، فقد كانت النتائج على النحو التالي :

- شارك في الانتخابات النيابية لعام 2016 (39) حزبا من أصل (50) حزبا مسجلا في المملكة أشتركوا في الانتخابات وقد فاز منهم 7 أحزاب سياسية بالحصول على (24) مقعدا من أصل 30 ونسبته 18.4% من المجلس.
- حصل التحالف الوطني للإصلاح للتمثيل بجماعة الإخوان المسلمين ومن تحالف معهم على (15) مقعدا بما نسبته 11.5% من إجمالي مقاعد مجلس النواب وقد ترشح الإخوان المسلمون من خلال جبهة العمل الإسلامي، في (20) قائمة، وحصلت قوائمهم الفائزة والخاسرة على 160 ألف صوتت أي ما نسبته 78% من هذه الأصوات في العاصمة والزرقاء واربد، وهي تساوي 11% من عدد الأصوات الكلي في المملكة والبالغة ونصف مليون مقترع.
- وحول تمثيل الأحزاب في مجلس النواب الثامن عشر، فقد كان على النحو التالي المبين في الجدول رقم (2):

الجدول رقم (2)

تمثيل الأحزاب الأردنية في مجلس النواب الأردني

عدد النواب	الحزب	عدد النواب	الحزب
2	حزب العدالة والإصلاح	9	جبهة العمل الإسلامي
1	حزب الاتحاد الوطني	4	حزب التيار الوطني
1	حزب العون	3	حزب الموؤتمر الوطني
1	الأحزاب اليسارية والقومية	3	حزب الوسط الإسلامي

المصدر : الهيئة المستقلة للانتخاب(2016)

- في مجلس النواب الثامن عشر 2016 فقد كان على النحو التالي:
- حصل مرشحي الأحزاب اليسارية على مرشح واحد، وقد حصلوا على 35.000 صوت.
- وصل إلى البرلمان الثامن عشر عدد من المتقاعدين العسكريين بحدود 20 نائبا، وقد وصلت نسبتهم إلى 15.% من مجوع مقاعد مجلس النواب، فقد حصل عليها المرشحين المستقلين.
- أما إحصائيات النقابات البرلمانية من النواب فقد كانت على النحو المبين في الجدول رقم (3) :

الجدول رقم (3)

احصاءات النقابات البرلمانية

الرقم	المهنة	عدد النواب
1	المهندسين المقاولين	2
2	المهندسين تخصصات اخرى	6
3	طب بشري	5
4	طب أسنان	3
5	الصيدلة	1
6	الصحافة	1
7	هندسة زراعية	صفر
8	المحاماة	26

المصدر : الهيئة المستقلة للانتخاب(2016)

وقد كانت ايجابيات انتخابات المجلس النيابي الثامن عشر، كانت على النحو التالي :

1- الدور الايجابي للهيئة المستقلة للانتخابات التي عملت على تسهيل وتيسير التصويت ومستوى التنظيم والدقة وحضارية التعامل من قبل لجان المقترعين.

2- الدور الايجابي في ارتفاع تمثيل المرأة.

3- الانتهاء من إشكاليات الصوت الواحد وذلك بعد اعتماد نظام التمثيل النسبي والقوائم المفتوحة.

4- المشاركة النسبية المفتوحة وعودة جبهة العمل الإسلامي من مبدأ المقاطعة.

5- شدة التنافس للترشح على المقاعد بنسبة 9.6 مرشحين لكل مقعد، وإعطاء الفرصة لما يقارب من 128 ألف ناخب جديد نتيجة لتخفيض سن الانتخاب واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

أما سلبيات انتخابات المجلس النيابي الثامن عشر فقد كانت على النحو التالي : (مركز القدس للدراسات، 2016: 1-2)

1- ضعف المشاركة السياسية العملية الانتخابية.

2- بروز المال السياسي وأثره السيئ على مجريات العملية الانتخابية والتأثير من خلال شراء الأصوات وتفاوت قيمة الصوت الواحد بين 20 دينار وحد أعلى 300 دينار.

3- عدم الاهتمام السياسي العديد من الشرائح الاجتماعية في الأردن وخصوصا في المدن الكبرى.

4- تعدي القانون وسرقة احد صناديق الاقتراع في البادية الوسطى.

5- ردود فعل سلبية من بعض المرشحين الذين رسبوا في الانتخاب ومن مناصريهم بأعمال شغب وإغلاق الطرق العامة، والتأخير بإعلان نتائج الانتخابات العامة.

6- استبدال بعض العاملين باللجان في المملكة حيث تم استبدال 29 شخصا من العاملين.

7- عدم مشاركة ذوي الاحتياجات الخاصة لعدم تقديم وتوفير تسهيلات بمساعدتهم في الحركة.

8- عودة ظاهرة إطلاق العيارات النارية من قبل بعض أنصار المرشحين الفائزين.

9- ضعف الدور الإعلامي للهيئة المستقلة للانتخاب في شرح وتفسير القانون والأنظمة والتعليمات الصادرة عن الهيئة للناس .

10- غياب البرامج الحزبية المتكاملة عن الحملات الانتخابية واقتصارها على الشعارات العامة.

المطلب الثاني

الحملات الانتخابية وشعاراتها لمرشحي مجلس النواب الثامن عشر 2016

قبل الخوض في طبيعة الحملات الانتخابية وشعاراتها التي أطلقت في تلك الحملات قبيل انتخاب مجلس النواب الثامن عشر 2016 والتي تبناها المرشحون لتلك الانتخابات يجب أن نتطرق إلى مفهومي الحملات الانتخابية والشعارات :

أولا : مفهوم الحملة والشعار الانتخابي :

1- الحملة الانتخابية هي الموصلة التي سبق التصويت ومن خلالها يتم الترويج للمرشح والبيان الانتخابي لحشد اكبر عدد ممكن من الأصوات وتصدر الدولة عادة تعليمات تضبط عملية الترويج للمرشحين من اجل عملية تكافؤ الفرص بين المرشحين وهي مجموعة من الأنشطة المتنوعة التي يتم تنفيذها عبر فترة زمنية يتزايد إيقاعها وسرعتها مع اقتراب موعد الانتخابات ويقوم بها المرشح للانتخابات مثل انتخاب مجلس النواب أو الشعب والمجالس المحلية، وكذلك اللامركزية.(الحقوقيات، 2015 :1).

وتبين لنا مما سبق ان شعارات الحملة الانتخابية انما هي: عملية تواصلية الهدف منها تقديم مرشح يطمح لتولي منصب في الحكومة أو البرلمان أو في موقع من مواقع التدبير المحلي للشأن العام وتعريف الناخبين وبكفاءته ورأسماله السياسي وذلك بقصد إقناعهم بأنه جديد بالمنصب أو (النيابة) الذي ترشح له ومن ثم حثهم على التصويت لصالحه، وعلى هذا فإن الحملة الانتخابية هي جهد مدروس ومخطط له، يتطلب إعدادا طويلا نفسه وبمتابعة مركزية من

حزبه أو (لجان المؤازرة) الذي ينتمي إليها،/ وهي تجري في مساحة زمنية محددة ينصب عليها القانون وتبدأ في بعض الأنظمة عقب عملية الترشيح بينما تبدأ في أنظمة أخرى لا تبدأ إلا بعد عملية الانتهاء من وضع التصريحات بالترشيح وفي كلا الحالتين يمتد مدة الحملة إلى غاية الليلة السابقة على اليوم المحدد المقترع، وفي الغالب تتراوح مدة الحملة السابقة بين أسبوعين وثلاثة أسابيع وفي أحيان قليلة تتجاوز ذلك حيث يراعي في طولها أو قصدها القدر الذي يبدو للمشرع انه كاف للمرشحين والأحزاب السياسية لمخاطبة الناخبين والتواصل الجيد معهم على أساس مبدأ الإنصاف والمساواة للجميع، وتقوم الحملة الانتخابية على مبادئ أساسية هي : (بوحمالة، 2006 : 1-4)

1- الحياد والإنصاف : حيث أن لمبادئ العدالة والحياد والإنصاف أهمية كبرى بالنسبة للانتخابات الديمقراطية عموما وللحملة الانتخابية على وجه الخصوص باعتبار هذه الأخيرة مجالا حيويا للتنافس والصراع ولكي تكون الحملة عادلة ومنصفة وتمر في أجواء نزيهة وشفافية تساعد الناخب على تكوين رأي حر، يفترض أن يتمتع المرشحون جميعا بنفش الضوابط على قدم المساواة وذلك من خلال المتابعة والإشراف والمراقبة والالتزام بأقصى درجات الحياد والتجدد من الأهواء المصداقية.

2- عنصر التسويق السياسي ، ظهر مفهوم التسويق السياسي لأول مرة في ثلاثينيات القرن الماضي حيث عمد الحزب الديمقراطي الأمريكي إلى خلق مصلحة إشهار تابعة له بعد انهزامه في الانتخابات الرئاسية لسنة 1928 ويعتبر التسويق السياسي عملية اتصالية تعتمد على تقنيات محددة تدرس حاجيات الناخبين وتطلعاتهم وسلوكهم الانتخابي بهدف استثمارها في تقديم مرشح أو ترويج مشروع سياسي ما بطرق شبيهة بالإشهار وبالأنماط البلاغة التي تستهدف الإقناع وأحداث التأثير وتركز هيه التقنيات على المظاهر

الانفعالية شانها في لك الدعاية التقيلية (البروباغندا) إلا أن أساس العملية التسويقية يبقى في نهاية الأمر تقنيا له لغة وخطاب وأدوات أهمها الصورة.

3- الاتصال : يحقق المرشح هدفه الأول أساس عن طريق الاتصال الشخصي المباشر عن طريق الاتصال الشخصي المباشر مع الناخبين، فزيارة الأحياء والمعامل والمناجم والبيوت من شانه أن يؤدي إلى تواصل المرشح مع اكبر عدد من الناخبين إلا انه في ظل التزايد السكاني وتوسع المدن الحديثة الذي فرض نوعا من الانغلاق الاجتماعي أصبح من الصب النجاح في هذه المهمة إلا من خلال مساعدين ووسطاء ويؤدون هذا الدور بالنيابة، وبالتالي بات متعينا على المرشح أن يكون دقيقا في اختيار مساعديه من حيث الكفاءة واللباقة وحسن التصرف والإخلاص في العمل

ومن عناصر الاتصال :

1- التجمعات الخطابية من خلال إجادة فن التواصل ومخاطبة الجماهير والوسيلة البديهية لتحقيق ذلك هي اللغة والمنطق أي يجب أن يكون الخطيب قادرا على النتائج الكلام وضعه النحو والكلام العقلاني المنطق والكلام المؤثر (البلاغة) لإيصال الرسالة السياسية للناس.

2- الراديو والتلفويون، يتطلب خوض الحملة الانتخابية من خلال الراديو والتلفزيون قدرات ومهارات خاصة متعلقة بفن الخطابة الجمهور عبر الكاميرا والميكروفون لكنه في الوقت ذاته يفتح أبوابا أخرى للتأثير على المتلقي بسهولة تسعف فيها تقنيات المونتاج والمكساج واستعمال المؤثرات الصوتية.

3- الملصق السياسي : وهي شيء مصنوع منتقى ومفكر فيه يصمم بهدف استقطاب اكبر عدد ممكن من الناس وجعلهم يتلفون حول موقف معين أو برنامج ما من خلال

الإلصاق على الجدران أو التعليق على أعمدة الهاتف وهي من أهم الوسائل المستعلمة في الحملات الانتخابية في بلدان العالم الثالث، وقد يتكون الملصق من رمز، وصورة، وكتابة أو كاريكاتير ويراعى في هذا المكونات الانسجام التكامل في إطار الوحدة الكلية للرسالة.

4- الحملات على الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي حيث تلعب شبكة الانترنت دورا هاما كوسيلة إعلامية هامة يستفيد منها المرشحون والأحزاب السياسية في الحملات الانتخابية وكلما توسع عدد المنخرطين في هذه الشبكة كلما تعاظمت أهميتها وأشتد الرهان عليها مع مرور الوقت، توفر وسائل الانترنت والتواصل الاجتماعي فرصا كبيرة للاتصال وتوظيف فيها كل الإمكانات بالصوت والصورة والكتابة عبر الإشهار والدعاية والافتتاحات والمقالات واستطلاع الرأي والحوارات والمناظرات مع الزائرين للمواقع الالكترونية.

5- أما الشعار فهو عبارة عن صورة أو رسمه بصرية ايضاحية وهو الوجه المحدد الذي يتم من خلاله التعرف على شخص ما أو مؤسسة أو شركة أو منتج معين واسم حروف حتى دولة ويتكون الشعار من اسم وحروف مختصرة ورسم تعبير ومن الممكن أن يجمع بين شكلين يجمع بين الحروف والرموز وللشعار الانتخابي مواصفات حتى يتم إيصال الفكرة للناخبين من خلاله، ومن تلك المواصفات ما يلي : (جابر، 2016 : 1)

1- التميز والتنظيم والجمال.

2- تتمثل الفكرة الأساسية لمالكه (المرشح) بشكل جيد.

3- البساطة بحيث يسهل فهمه ووصوله إلى قلب وعقل الناخب .

4- الوضوح أي تكون أفكاره سهلة وواضحة.

أما التعليمات الصادرة عن الهيئة المستقلة للانتخاب والخاصة بالدعاية والشعارات الانتخابية لمجلس النواب الثامن عشر قد أكدت على أن الدعاية ستكون حرة تبدأ من تاريخ الترشح وتنتهي قبل 24 ساعة من يوم الاقتراع، ويتعين على المرشحين في حملاتهم ودعاياتهم الانتخابية الالتزام بما يلي (الهيئة المستقلة للانتخاب، 2017 : 1-2)

أ. أحكام الدستور والتشريعات النافذة.

ب. احترام حرية الرأي والفكر لدى الآخرين.

ج. المحافظة على الوحدة الوطنية وامن الوطن واستقراره وعدم التمييز بين المواطنين.

د. عدم استخدام شعار الدولة الرسمي والصور الملكية والاجتماعات والإعلانات والنشرات الانتخابية وفي سائر أنواع الكتابات والرسوم والصور التي تستخدم في الدعاية والحملات الانتخابية.

هـ. عدم إجراء الدعاية الانتخبية في الوزارات والدوائر الحكومية والمؤسسات الرسمية والعامة والمؤسسات التعليمية ودور العبادة.

و. عدم استخدام أي ممتلكات أو معدات تعود للدوائر والمؤسسات الحكومية والعامة في الدعاية الانتخابية .

ز. عدم التعرض أو التحريض على التعرض لأي دعاية انتخابية للغير بالشطب أو التمزيق أو غير ذلك من الوسائل سواء بصورة شخصية أو من خلال الأعوان والمؤيدين في الحملة الانتخابية.

ح. عدم استعمال مكبرات الصوت على وسائط النقل لأغراض الدعاية .

ط. عدم استخدام أسلوب التجريح أو التشهير بأي مشرح أو أي شخص من مؤيدي أي مرشح.

ي. الامتناع عن ممارسة أي شكل من أشكال الضغط أو الترهيب أو التخويف أو التلويح بالمغريات والوعود بمكاسب مادي أو معنوية لغايات التأثير في خيارات الناخبين ودفعهم لانتخاب أو منعهم من انتخاب مرشح معين.

ك. عدم إقامة المقار الانتخابية والمهرجانات والتجمعات على مسافة تقل عن 50 متر من محيط مركز الاقتراع والفرز.

ل. عدم تضمين البيانات والخطابات أو الإعلانات أي عبارات أو رسوم تثير النعرات الطائفية أو القبلية أو الإقليمية أو الجهوية أو العنصرية بين المواطنين أو تشجيعهم على عرقلة الانتخابات وسيرها.

م. عدم القيام بأي نوع من أنواع حملات الدعاية الاتخابية داخل مراكز الاقتراع والفرز في يوم الاقتراع.

ن. عدم تشغيل الأطفال في الدعاية الانتخابية أو استغلالهم في الأعمال التي من شانها أن تشكل خطرا على سلامتهم.

المبحث الثاني

تأثير الدعاية الانتخابية على مجلس النواب الثامن عشر 2016

مع بدء أعمال الدعاية الانتخابية للقوائم والمرشحين والمرشحات في انتخابات مجلس النواب الثامن عشر، كان هناك انتشار واسعا للدعاية الانتخابية في مختلف شوارع محافظات المملكة، وعلى وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك، حيث أن قانون الانتخاب رقم (6) لسنة 2016 اشترط على المرشحين والمرشحات التقدم بطلبات الترشح ضمن قوائم ومنع الترشح الفردي، إلا انه في المقابل لم تمنع التعليمات التنفيذية لقواعد الدعاية الانتخابية رقم (7) لعام 2016 استخدام المرشحين المرشحات للدعاية الفردية إلى جانب الدعاية للقوائم الكاملة وقد بدأت الدعاية الانتخابية للمرشحين والمرشحات والقوائم الانتخابية قبل شهر تقريبا من يوم الاقتراع المحدد في 20 أيلول /سبتمبر 2016.

وكانت لتلك الدعاية متطلبات مادية ومعنوية وقد عانت الدعاية من مشاكل مادية ومعنوية (جمعية معهد تضامن النساء، 2017 : 1-2).

يتناول الباحث في هذا المبحث المطلبين الآتيين :

المطلب الأول : المضامين الاقتصادية والسياسية في الدعاية الانتخابية لمرشحين مجلس النواب الثامن عشر.

المطلب الثاني : تقييم الدعاية والشعارات الانتخابية لمرشحي مجلس النواب الثامن عشر.

المطلب الأول

المضامين الاقتصادية والسياسية في الدعاية الانتخابية المرشحين مجلس النواب الثامن عشر

بلـغ عـدد القـوائم التـي يـتم تـشكيلها بنـاء علـى قـانون الانتخـاب رقـم (6) لـسنة 2016 (230) قائمة، بعضها كان على أسس حزبية يكون لها أكثر من قائمة في أكثر من دائرة أبرزها التحالف الوطني للإصلاح التي تتبع جبهة العمل الإسلامي بأكثر من (20) قائمة، والكثير من القوائم كانت على أسس عشائرية ومناطقية بالإضافة إلى قوائم يسارية، وكان توزيع تلك القوائم على النحو الآتي : (الهيئة المستقلة للانتخاب، 2016 : 2).

1- القوائم الانتخابية التي تأسست على أساس حزبي 6.4% .

2- القوائم التي تأسست على أساس التحالفات العشائرية 43.5%.

3- القوائم التي تأسست على مزيج من الأسس الحزبية، والتحالفات العشائرية، 11%.

4- القوائم المستقلة 39.1%.

يتناول الباحث في هذا المطلب المحورين الآتيين :

أولا : المضامين الاقتصادية للدعاية الانتخابية.

ثانيا : المضامين السياسية للدعاية الانتخابية.

أولا : المضامين الاقتصادية للدعاية الانتخابية :

لا تختلف المضامين الاقتصادية التي تم طرحها من خلال الشعارات الانتخابية في الدعاية الانتخابية لمرشحي مجلس النواب الثامن عشر الذي تم انتخابه في العشرين من أيلول / سبتمبر 2016، وفي ضوء تحليل برامج وبيانات القوائم الانتخابية التي تم الوصول إليها تبين أن هناك تفاوت في عمق تناول تلك القوائم والمرشحين بشكل فردي للموضوعات الاقتصادية بالإضافة إلى تباين في شخصيتها للمشكلات الاقتصادية التي يعاني منها الأردن في الوقت الراهن إلى جانب تفاوت في مقترحاتها وأطروحاتها لحل تلك المشكلات.

وقد كانتا الشعارات الانتخابية لمجلس النواب السابع عشر الثامن عشر 2016 تفتقر إلى الآتي: (مركز الفينق للدراسات الاقتصادية والمعلوماتية، 2013 : 2016 : 1-4).

1- تفاوت في العمق والرؤية : في ضوء تحليل برامج بيانات القوائم الانتخابية التي يتم الوصول إليها تبين أن هناك تفاوت في عمق تناولها وفهمها للموضوعات الاقتصادية وتباين في شخصيتها للمشكلات الاقتصادي التي يعاني منها الأردن، وقد برز هذا التفاوت في الجانبين الشخصي في لازمة الاقتصاد الأردني، وفي جانب تقديم الحلول إلا أن القوائم الانتخابية المنبثقة عن أحزاب سياسية أظهرت عمقا في تناول تلك القضايا

2- شعارات خالية من المضمون : حيث حملت العديد من البرامج البيانات الانتخابية للقوائم شعارات دعائية لا تتضمن مواقف أو سياسات أو مضامين من بعض القضايا الاقتصادية مثل المطالبة بإجراء دراسات فنية واقتصادية لمشاريع اليورانيوم والصخر الزيتي، والطاقة المتجددة والغاز، ومراجعة ملفات الخصخصة إلى جانب بعض القوائم بمراجعة النهج الاقتصادي القائم، واعتماد نظام مطالبة نظام جديد لمشروع الموازنة، وصل مشكلة المديونية ورفعت بعض القوائم شعار مثل " جيب المواطن خط احمر"

ومطالب تتعلق بتغير نهج الضمان الاجتماعي، وبناء اقتصاد وطني اجتماعي يراعي مصالح فئات الشعب، وتعزيز حق العمل وتنشيط الاقتصاد ودراسة الحد الأدنى للأجور، والإصلاح الاقتصادي وتعزيز القدرة التنافسية ووضع استراتيجيات وسياسيات تنافسية قومية وقطاعية في المملكة.

3- مطالب بدون آليات : بعض البرامج والبيانات الانتخابية حملت مطالب اقتصادية واجتماعية وسياسية لكن دون تقديم تصورات أو سياسات محددة لتحقيق تلك المطالب ومن تلك المطالب : (الهيئة المستقلة للانتخاب ، 2016: 1-3)

- مشكلة الفساد الاقتصادي.
- مشكلة المديونية.
- بناء حياة اجتماعية مستقرة يسودها اطمئنان اقتصادي.
- إعادة النظر بقانون الضمان الاجتماعي بما يحقق مصالح المتقاعدين.
- التصدي لظاهرة الفقر.
- معالجة مشكلة البطالة.
- إقرار النظام فعال وعادل لتوزيع الموارد الاقتصادية الأردنية، والثروة بعدالة.
- الحد من غلاء الأسعار.
- ايلاء الاهتمام بقطاع الاستثمار.
- الاهتمام بقطاع الزراعة ووضع خطة لتطوير المراعي.
- الاهتمام بالعمال والمزارعين.
- السعي لتحقيق التنمية والاستقرار في كافة النواحي الاقتصادية.
- تعزيز دور الدولة في ضبط الأسعار.

- العمل على إقرار قانون من (أين لك هذا).

4- مضامين محددة : بعض القوائم الجماعية والأفراد قدموا في دعاياتهم وبياناتهم شعارات ومضامين اقتصادية محددة ذات سياسات واضحة، ومن تلك المضامين والشعارات المرفوعة:

- دعم القطاع الزراعي من خلال المؤسسات التعاونية في التصدير.
- إصدار قانون لتنظيم العمل النقابي بما يتوافق مع حرية التنظيم النقابي.
- البحث عن أسواق عمل خارجية للعاطلين عن العمل.
- حل مشكلة البطالة بتظافر الجهود الوطنية والاقتصادية.
- توجيه النفقات الرأسمالية نحو المشاريع التنموية.
- رفع الحد الأدنى للأجور.
- رفع يد الجهات الرسمية عن حماية القيادات المتنفذة في الاتحاد العام لنقابات العمال.
- ترشيد الإنفاق الحكومي.
- حماية الصناعات المحلية.
- زيادة ضريبة الدخل على قطاع التعدين والبنوك بهدف زيادة الإيرادات العامة.
- الحد من التوسع في التوظيف الحكومي.
- تطوير مصادر الطاقة البديلة.
- جذب الاستثمارات الخارجية.
- استدراج استثمارات إستراتيجية من الخارج في المجالات الحيوية.

أما القوائم الانتخابية التي احتوت برامجها وبياناتها الانتخابية على تلك الشعارات والمضامين والمطالب في مجلس النواب السابع عشر والثامن عشر فهي ما يلي: (مركز الفينق للدراسات الاقتصادية والمعلوماتية، 2013 : 2016 : 1-5).

- حزب جبهة العمل الإسلامي.
- الاتحاد الوطني.
- التيار الوطني.
- المؤتمر الوطني (زمزم)
- العدالة والتنمية.
- صوت الوطن.
- الكرامة.
- العدالة والحرية.
- العمل والعمال.
- أهل الهمة.
- العمالية والمهنية.
- الشعب.
- التجديد.
- العدل.
- الوسط الإسلامي.
- الوطنية والإصلاح.
- الجبهة الموحدة.

- النهوض الديمقراطي.
- وطن.
- التعاون الانتخابية.
- العمل الوطني.
- الأقصى.
- نشامى الوطن.
- أردن أقوى.
- التغيير.
- المواطنة.
- القدس الشريف.
- أبناء الحراثين .
- كتلة شباب الوفاق الوطني.
- الرفاه.
- أهل العزم.
- القطاعات المهنية.
- راية الحق.

ثانيا : المضامين السياسية للدعاية الانتخابية :

كشفت لنا البرامج الانتخابية والبيانات والشعارات التي تتبناها المرشحين لمجلس النواب الثامن عشر عن معضلة ما تزال حاضرة عند أغلبية مرشحي البرلمانات وخاصة مجلس النواب الثامن عشر، 2016، وهي غياب قضايا سياسية تستوجب على ممثلي الشعب تحت قبة

البرلمان أن يتوقفوا عندها ويحملوا برامجها شعارات على عاتقهم حتى ولو على سبيل القول دون التطبيق من تلك الشعارات التي غابت عن أذهان المرشحين محاربة الإرهاب والتطرف التي تغد مطلبا للأردنيين ومطلب يشغل الهم السياسي الأردني الذي عانى من هذا الخطر في محيط دفع الأردن ثمنا من أزمات اللجوء المتواصلة. (الحسيني، 2016 :1).

لم تخرج الشعارات والمضامين السياسية في الدعاية والشعارات الانتخابية عن النمط الكلاسيكي الذي اعتاد عليه الشعب الأردني في الانتخابات السابقة ولا يوجد هناك تطوير ملحوظ للمضامين السياسية للشعارات الانتخابية بما يتفق والحالة التي يشهدها الأردن وخاصة خلال الأعوام من 2011-2017 (الحسيني، 2011-2)

وبشكل عام فقد تضمنت بعض القوائم الشعارات الانتخابية التالية : (مركز هوية الديمقراطي،2006)

- نحو محاربة المال السياسي.
- الإصلاح السياسي
- تحرير فلسطين.
- سر نجاحك بالوحدة الوطنية.
- نحو التغيير للأفضل.
- العمل بلا شعارات
- مواطنة عدالة أمان.
- شارك واصنع المستقبل.
- لا لاستغلال الدين.
- سر النجاح بالوحدة الائتلاف

- بدا بيد نحو التغيير وإصلاح التعليم.
- إصلاح التعليم أولوية وطنية قصوى.
- معا لقول الحق .
- نحو التغيير للأفضل.
- الأردن بحاجة للتجديد.
- قادمون للتجديد كونوا عونا لنا.
- الأردن بحاجة لكل أبنائه.
- نحو غد أفضل.
- لأجل الأردن نعمل معا.
- امن الأردن خط احمر.
- بالإسلام نرتقي.
- خير الناس انفعهم للناس.
- بصوتك يبدأ التغيير.
- محاربة الفساد واجب وطني.
- التعليم والتامين حق للجميع.
- معكم نصنع التغيير.
- بصوت الجميع نحقق الهدف.
- لا منابت ولا أصول في المواطنة.
- صوتك مستقبلك
- الوطن للجميع والجميع للوطن.

- أفعال بلا أقوال .
- مكافحة الفاسدين والمفسدين.
- تمكين الشباب غايتي.
- نعم لحياة كريمة.
- معكم نبني الغد.
- سنكون صوتكم لمحاربة الفساد.
- التغيير هو الحل.
- نعم للتجديد.

ويمكن القول أن الظاهر من الشعارات الانتخابية أنها لم تعتمد على فريق إعلامي متخصص كما أنها غير قابلة للتطبيق وهناك نقد متواصل لان تلك الشعارات لا تحترم عقول الناس ولا تليق بهم، إضافة أنها تعمل على الاستمالات العاطفية والدينية، وهي تتجاوز حدود المعقول والمقبول، إلا أن هناك شعارات يتم مجاملها من قبل المواطنين وذلك لضعف الثقافة وعدم تغيير السلوك الانتخابي نحو الأفضل وليست غياب الأحزاب والبرامج الحزبية ولفقدان ثقة المواطن بالعملية الانتخابية برمتها(الطاهات، 2016 : 1-3).

المطلب الثاني

تقييم الدعاية والشعارات الانتخابية لمرشحي مجلس النواب الثامن عشر

لقد بدأت الحملات الدعاية الانتخابية مع أول يوم لتسجيل مرشحي مجلس النواب الثامن عشر أي في 18 حزيران / يونيو 2016 وذلك وفقا للفقرة (ا) من المادة (20) من قانون الانتخاب واستنادا إلى التعليمات التنفيذية رقم (7) لسنة (2016) والخاصة بقواعد حملات الدعاية الانتخابية والصادرة استنادا لأحكام الفقرة (9) من المادة الهيئة المستقلة رقم (11) لسنة 2012 وتعديلاته والفقرة (ب) من المادة (20) قانون الانتخاب لمجلس النواب رقم (6) لسنة 2016 وتعديلاته . (التعليمات التنفيذية رقم 7 2016 : الفقرة أ) .

ويمكن تقسيم الدعاية والشعارات الانتخابية كما يلي : (مركز هوية الديمقراطي، 2016 : 1-5)

أولا : الأدوات المستخدمة في الدعاية الانتخابية:

ثانيا : المواضيع التي تطرقت لها الحملات الانتخابية

ثالثا : أهم القضايا التي تحدثت الحملات الانتخابية لمرشحي مجلس النواب الثامن عشر:

أولا : الأدوات المستخدمة في الدعاية الانتخابية:

1- التواصـل مع النـاخبين مـن خـلال التجـوال والمـشاركة فـي الأفـراح والأتـراح الزيـارات المتواصلة إلى بيوت المرشحين بنيه.

2- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك التوتير، والفيديوهات المباشرة بنسبة 81%

3- اسـتخدام الملـصقات واليافطـات وصـور المرشـحين والتـي كانـت أكثـر الأدوات شـيوعا واستخداما حيث استخدمت بنسبة 39% من قبل المرشحين والقوائم الانتخابية .

4- المنشورات والمطبوعات فتم استخدامها بنسبة 67 % من الحملات.

5- الاجتماعات (تجمعات ، مؤتمرات، والمهرجانات، (بنسبة 50%.

6- الرسائل النصية بنسبة 25% من الحملات.

ثانيا : المواضيع التي تطرقت لها الحملات الانتخابية

فقد اتسمت مواضيع الدعاية الانتخابية بالعمومية ولم تعزم اغلب الحملات رسائل محددة أو قابلة للتطبيق ولتفت بوضع شعارات فضفاضة لا يمكن ترجمتها إلى ارض الواقع وبرامج عمل واضحة ومن أهم القضايا التي تم الحديث عنها ما يلي :

1- القـضايا المتعلقـة بالـشأن الاقتـصادي والتنميـة مثـل الفقـر، المديونيـة، البطالـة، الفـساد الاقتصادي والإداري حيث كان الحديث عنها بنسبة 21%.

2- اقل القضايا التـي تطرقت لـها الحمـلات الانتخابيـة فكانـت تلك المتعلقـة بموضـوع الوحـدة الوطنية وبنسبة بلغت 2%.

3- تحدثت عن القضايا العشائرية بنسبة قليلة جدا بنسبة 3% من إجمالي القضايا المطروحة للنقاش.

4-ركزت الحملات الانتخابية على شعارات الديمقراطية وحقوق الإنسان وذلك بنسبة 15%، والقضايا المجتمعية بنسبة 15%.

5- مواضيع الفقر والبطالة بنسبة 10% من قضايا الحملات الانتخابية.

6- قضايا العدالة والنزاهة ومكافحة الفساد الإداري والمالي والاقتصادي وبنسبة 7%.

7- القضايا الأمنية بنسبة 8%.

8- القضايا المتعلقة بالمرأة بنسبة 5%.

9- القضايا المتعلقة بالشباب بنسبة 5%.

10- القضية الفلسطينية بنسبة 7%.

ثالثا : أهم القضايا التي تحدثت الحملات الانتخابية لمرشحي مجلس النواب الثامن عشر:

كانت اهم القضايا التي تحدثت عنها الحملات والبرامج الانتخابية لمرشحي مجلس النواب الثامن عشر(مركز هوية الديمقراطية، 2016).

1- قضايا المرأة : حيث تم الحديث عن تلك بشكل واضح بنسبة 66% فيما تناولت 24% من تلك الحملات قضايا المرأة بشكل عرضي 10% تحدثت عن قضايا المرأة بشكل ضعيف، 12% من الحملات الانتخابية تطرقت لقضايا المرأة بشكل 67% من الحملات فيما لم تكن مشاركتها فاعلية في 33% من الحملات.

2- قضايا الأقليات : تم التطرق للقضايا التي تخص الأقليات المجتمعية بنسبة 37% وذكرت الحملات الانتخابية قضايا الأقليات بنسبة 43% بشكل عرضي، ولم تذكر

20% من الحملات قضايا مرتبطة إلى قضايا الأقليات، فقد تم تقييم ما نسبته 88% منها بأنها تعاطت مع هذه القضايا ايجابي فيما تعاطت 12 % منها مع قضايا الأقليات بشكل سلبي، وكان هناك مشاركة فاعلة للأقليات فيما نسبته 37% من الحملات فيما لم يكن هناك مشاركة فاعلة للأقليات المجتمعية فيما نسبته 63% من الحملات.

3- قضية اللاجئين لم تكن من القضايا المطروحة بقوة في الحملات الانتخابية حيث بلغت نسبة الحملات الانتخابية التي تطرقت إلى قضايا اللاجئين ما نسبته 53% ولم يتطرق من ما نسبته 40% من الحملات إلى قضايا تخص اللاجئين.

الفصل الرابع

الجانب التطبيقي

المبحث الأول

تحليل محتوى الدعاية الانتخابية لمرشحي مجلس النواب الثامن عشر

المقدمة

يسعى هذا البحث إلى تحليل محتوى الدعاية الانتخابية التي أصدرها المرشحون للانتخابات النيابية في عام 2016 لمجلس النواب الأردني الثامن عشر، وذلك للتعرف على توجهاتهم ومعرفة المعضلات التي وجدوا أنها تستحق الاهتمام والذكر وذلك من أجل معالجتها وللمضي قدما في برنامج الوطن بشكل عام، ولعرض محتوى الدعاية على الناخبين لكسب تعاطفهم وتأييدهم كسب أصواتهم، وعرض مدى تأثير هذه القضايا على سلوكهم.

أولا : إجراءات الدراسة ومنهجها :

تقوم هذه الدراسة على إتباع منهجية البحث الإحصائي، للوقوف على تحليل مضمون الدعايات النيابية الانتخابية وما يتضمنها من شعارات سادت فترة الانتخابات النيابية الأردنية لمجلس النواب الثامن عشر 2016، وبيان أهم القضايا والمشاكل والتي تناولتها دعاياتهم، وتم استخدام برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل كل دعاية انتخابية، وقد تم إعطاء كل قطاع رمزا وكل متغير رمزا آخر، وكل متغير فرعي داخل المتغير الأساسي رمزا فرعيا ورأينا أن أهم ما يمكن أن نستخرجه ونستفيد منه في دراستنا هذه هو التكرارات والنسبة المئوية.

ثانيا : أداة الدراسة :

تمثلت أدوات هذه الدراسة بالاعتماد على المسح بالعين المجردة لدعايات وشعارات انتخابات مجلس النواب الثامن عشر 2016 بالإضافة إلى دعايات المرشحين من خلال الصحف اليومية والالكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى الفيديوهات المسجلة

صوت وصورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والمقابلات التي أجرتها بعض القنوات الفضائية مثل قناتي سفن ستار 7 stars، وقناة الحقيقة الدولية.

أما فيما يتعلق بمتغيرات العمر والجنس والإقليم بالنسبة لعينة الدراسة فقد تم الاعتماد على ذلك من خلال توزيع الاستبانة، 135 على طالب من طلاب الجامعات الأردنية العامة والخاصة من مختلف الدرجات العلمية بكالوريوس ماجستير دكتوراه، وقد تم اخذ تلك المعلومات مباشرة من خلال الخانة الخاصة المتعلقة بالعمر والجنس والإقليم والموجودة في استبانة الدراسة.

ثالثا : عينة الدراسة ونتائجها :

يتكون مجتمع الدراسة من (150) من طلاب الجامعات الأردنية العامة والخاصة، الذين وزعت عليهم (150) استبانة لمختلف الدرجات العلمية: بكالوريوس ، ماجستير ، دكتوراه، وقد تم استرداد (135) استبانة من أصل (150) استبانة و15 استبانة لم يتم استردادها بسبب تمزيقها وإتلافها قصدا أو بدون قصد.

وقد تم اختيار عينة الدراسة بناء على متغيرات مختلفة، وكان السواد الأعظم من عينة الدراسة من جنس الذكور، وقد تم التركيز على دعايات المرشحين الذكور على اعتبار أن معظم أفراد العينة من الذكور، أما دعايات وشعارات المرشحات الإناث فقد كانت اقل بالنسبة لهذا المتغير، أما متغير العمر فقد كانت الفئة الأكثر هم ممن كانوا اقل من 40 سنة والذين كانوا بنسبة (78.5%) أما الفئة العمرية لعينة الدراسة أكثر من 40 سنة، فكانت تشكل (21.5%).

أما متغير الحالة الاجتماعية والذين وزعت عليهم الاستبانة لتعبئتها، فقد كان المتزوجون (33) من أفراد العينة أي بنسبة (24.4%) واعزب عدد 101 بنسبة (74.8%)، وغير ذلك عدد 1 بنسبة (0.7) وبالنسبة لمتغير الدرجة العلمية بكالوريوس عدد (90) بنسبة (66.7%) وماجستير عدد(37) بنسبة (27.4%) ودكتوراه عدد (8) بنسبة 5.9% وكان أفراد العينة الأكثر

حظا في توزيع الاستبانة عليهم من جامعات الشمال حيث كان عددهم (88) طالب وطالبة بنسبة (65.2%)، أما الوسط فكانوا (28) طالب وطالبة بنسبة (20.7%)، أما الجنوب فكان العدد (19) طالب وطالبة بنسبة (14.1%) حيث أن الفترة التي وزعت بها الاستبانة كانت فترة امتحانات نهاية الفصل الثاني 2017/2016، أما متغير مكان الإقامة بالنسبة لأفراد العينة فكانت أعداد من يسكن المدنية (43) طالب وطالبة بنسبة (31.9%) وقرية (46) بنسبة (37.1%) ومخيم (25) بنسبة المرشحين مثل تفعيل دور الأحزاب السياسية، تفعيل دور الشباب، التركيز على الوعي والتنمية السياسية، إصلاح التعليم، تفعيل دور المرأة في المجتمع ، عدم التطبيع مع الصهيانية مشاركة المرأة ومساواتها مع الرجل، الإسلام أولا، الإسلام هو الحل، إقرار مبدأ (من أين لك هذا)، تحسين مستوى العيشة رفع سوية الضمان الاجتماعي ورفع سوية الخدمات العامة والخدمات الصحية.

رابعا : مجتمع الدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة من طبيعة الدعاية الانتخابية لمرشحي مجلس النواب الأردني الثامن عشر الذي تم انتخابه في أيلول/ سبتمبر 2016، وبعد فترة من الانسحاب والإعلان عن القوائم النهائية للمترشحين كان الوضع الانتخابي على النحو التالي : (الهيئة المستقلة للانتخاب، 2016)

1- بلغ إجمالي عدد المرشحين للانتخاب النيابية (1252) مرشحا ومرشحة بينما بلغ عدد المرشحين في انتخابات مجلس النواب السابع عشر (1518) مرشحا ومرشحة عن هذه الانتخابات وبزيادة (226) مرشحا ومرشحة.

2- بلغ إجمالي القوائم (226) قائمة بينما تنافست في الانتخابات السابقة(63) قائمة على (27) مقعد بما عرف بالقوائم الوطنية التي ألغيت من هذا القانون وكان مثار جدل واسع.

3- انسحب 18 مرشحا.

4- انسحبت قائمة واحدة من السابق الانتخابي بانسحاب آخر مرشح فيها.

5- سجلت حالة واحدة هي لإحدى المرشحات عن محافظة معان المهندسة لينا العوران.

6- بلغ عدد الوزراء السابقين المرشحين في هذه الانتخابات (8) وزراء 5 منهم كانوا نوابا سابقين.

7- بلغ عدد المرشحات في الانتخابات 257 مرشحة.

8- بلغ عدد النواب السابقين المرشحين لهذه الانتخابات (164) نائبا.

9- بلغ عدد المرشحين الحزبيين (239) مرشحا.

10- كل (9.6) مرشح يتنافسون على مقعد نيابي واحد حيث أن عدد المرشحين يفوق عدد المقاعد بعشر أضعاف تقريبا.

11- في حين يتنافس كل (1.73) من القوائم على مقعد نيابي واحد.

12- اكبر تجمع للقوائم في هذه الانتخابات على الإطلاق يقوده حزب جبهة العمل الإسلامية ضمن التحالف الوطني للإصلاح بواقع (122) مرشحا ومرشحة يتوزعون على (20) قائمة انتخابية متنوعة ضمت (4) مرشحين للمقعد الشركسي والشيشاني و(5) على المقعد المسيحي، إضافة إلى (19) مرشحة عن الكوتا النسائية.

13- ضمت قوائم المرشحين (40) مرشحا من حملة الدراسات العليا، و(24) من المهندسين السابقين، و5 محامين و 5 من النقباء، ومرشحين من المتقاعدين العسكريين برتبة لواء ووزير سابق و(14) نائبا سابقا و6 إعلاميين وعدد من الشباب بعمر الثلاثين عاما.

14-بلغ عدد مراكز الاقتراع والفرز المعتمدة في جميع دوائر المملكة (1952) .

الجدول رقم (4)

يبين المستوى المعيشي للطلاب الذين قاموا بتعبئة الاستبانة وكذلك يبين أعداد الطلاب من كل جامعة من الشمال والوسط والجنوب من الذين قاموا بتعبئة الاستبانة

المتغير	الفئة	التكرارات	النسبة المئوية
الدخل	اقل من 300 دينار	41	30.4
	من 300-400دينار	67	49.6
	من 400-500 دينار	10	7.4
	أكثر من 500 دينار	17	12.6
	المجموع	135	100.0
الجامعة	جامعة آل البيت	11	8.1
	جامعة العلوم والتكنولوجيا	9	6.7
	جامعة اربد الأهلية	9	6.7
	جامعة عمان الأهلية	-	-
	جامعة الإسراء	10	7.4
	الجامعة الأردنية	9	6.7
	الجامعة الهاشمية	9	6.7
	جامعة الزرقاء الأهلية	9	6.7
	جامعة البلقاء التطبيقية	8	5.9
	جامعة جرش الخاصة	7	5.2
	جامعة مؤتة	9	6.7
	جامعة الطفيلة التقنية	8	5.9
	جامعة الحسين	10	7.4
	جامعة اليرموك	10	7.4
	المجموع	135	100.0

الجدول رقم (5)

وصف عينة الدراسة

يبين الجدول رقم (5) الجنس والعمر والحالة الاجتماعية والدرجة العلمية والاقليم ومكان الاقامة والمهنة للمبحوث

المتغير	الفئة	التكرارات	النسبة المئوية
الجنس	ذكور	101	74.8
	إناث	34	25.2
	المجموع	135	100.0
العمر	اقل من 40 سنة	106	78.5
	لمثر من 40 سنة	29	21.5
	المجموع	135	100.0
الحالة الاجتماعية	متزوج	33	24.4
	أعزب	101	74.8
	غير ذلك	1	0.7
	المجموع	135	100.0
الدرجة العلمية	بكالوريوس	90	66.7
	ماجستير	37	27.4
	دكتوراه	8	5.9
	المجموع	135	100.0
الإقليم	الشمال	88	65.2
	الوسط	28	20.7
	الجنوب	19	14.1
	المجموع	135	100.0
مكان الإقامة	مدينة	43	31.9
	قرية	46	34.1
	مخيم	25	18.5
	البادية	21	15.6
	المجموع	135	100.0
المهنة	موظف	86	63.7
	غير ذلك	49	35.6
	المجموع	135	100.0

المبحث الثاني

اثر الدعاية الانتخابية على سلوك مجلس النواب الثامن عشر

أولا : إجراءات الدراسة :

تقوم الدراسة على إتباع منهجية التحليل الإحصائي بالإضافة إلى البحث الميداني حيث لجأ الباحث إلى تصميم استبانة مكونة من خمسة أسئلة رئيسية وذلك على النحو التالي: (الجدول رقم 7) ، ص145

السؤال الأول : هل تعتبر نفسك مطلعا سياسيا؟

السؤال الثاني : هل أنت منتمي لحزب سياسي أو اتجاه سياسي؟

السؤال الثالث: هل تؤمن بالبرنامج الانتخابي للمرشح؟

السؤال الرابع : هل لديك فكرة عن قانون الانتخاب رقم 6 لسنة 2016؟

السؤال الخامس : هل تؤمن بالدعاية الانتخابية للمرشح.؟

والجدول رقم (7) يبين الإجابات الحقيقية من قبل أفراد العينة على الأسئلة الرئيسية ولذلك فقد تم اللجوء للعديد من الاختبارات التحليلية للوصول لنسب رياضية تدلل على اثر الدعاية الانتخابية على السلوك الانتخابي لمجلس النواب الثامن عشر.

ثانيا : مجتمع الدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة من عينة من طلاب الجامعات (الناخبين) والذي شاركوا في انتخابات مجلس النواب الثامن عشر الذي تم انتخابه في 20 أيلول /سبتمبر 2016.

ثالثا : عينة الدراسة :

تم اختيار مجموعة من مختلف طلاب الجامعات الأردنية العامة والخاصة في الشمال والوسط والجنوب ، حيث وزعت عليهم (150) استبانة تم استرداد (135) من أصل (150) وقد راعت الدراسة التركيز على حملة الشهادات الجامعية البكالوريوس والماجستير والدكتوراه وهي عينة جيدة من المتعلمين يمكن (حسب رأي الباحث) الاعتماد عليها للوصول الى نتائج واقعية.

رابعا : صدق أداة الدراسة :

تم اخذ الموافقة على الاستبانة ومحتواها من الأسئلة وعرضها على أربعة من ذوي الاختصاص فأشادوا بصلاحية أداة الدراسة لغرض الهدف من الدراسة.

خامسا : أداة الدراسة :

تجسدت أداة الدراسة من خلال مجموعة من الأسئلة ذات دلالة مباشرة أو غير مباشرة لقياس اثر الدعاية الانتخابية على مجلس النواب الثامن عشر من خلال الناخب الأردني وفيما يلي عرض تفصيلي للاستبانة والاختبار.

- الجزء الأول : ويتضمن مجموعة من المعلومات حول خصائص العينة في ضوء المتغيرات الشخصية وهي : انظر الجدول رقم (5).
- العمر .
- الحالة الاجتماعية.
- المستوى التعليمي.
- الإقليم الجغرافي للسكن.
- مكان الإقامة .
- المهنة .

- مستوى الدخل.

الجزء الثاني : ويتضمن مجموعة أسئلة حول الثقافة السياسية للناخب وهي : الجدول رقم (7)

السؤال الأول : هل تعتبر نفسك مثقفا سياسيا؟

السؤال الثاني : هل أنت منتمي لحزب سياسي؟

السؤال الثالث : هل تؤمن بالبرنامج الانتخابي للمرشح ؟

السؤال الرابع : هل لديك فكرة عن قانون الانتخاب الأردني لسنة 2016؟

السؤال الخامس : هل تؤمن بالدعاية الانتخابية للمرشح؟

الجزء الثالث : ويتضمن مجموعة فقرات عددها (10) وهي خاصة بالناخب وهي تتعلق بطبيعة الدعاية والشعارات الانتخابية ومضمون البرنامج الانتخابي للمرشح.

الجزء الرابع : ويتضمن مجموعة من الفقرات وعددها (10) على شكل أسئلة حول الناحية الاقتصادية والمعيشية للناخب وتتعلق بموقف المرشح من القضايا الاقتصادية الوطنية ومصلحة الوطن، ومكافحة الفساد، والفقر والبطالة، ومستوى التعليم وارتفاع الأسعار، والواسطة والمحسوبية وتحسين مستوى الخدمات الصحية.

الجزء الخامس : ويتضمن مجموعة من الفقرات وعددها (13) فقرة حول البرنامج الانتخابي ومحتواه لكافة القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والصحية والتعليمية وموقف المرشح من كافة القضايا المذكورة.

الجزء السادس : ويتضمن مجموعة من الفقرات تتضمن الأسئلة الخاصة بالناحية السياسية والدستورية وتتضمن قضايا مثل الوعي السياسي ودور الشباب، والأحزاب ودورها، والقضايا الوطنية، وقضايا المرأة والقضايا العربية والقومية، والقضايا الإسلامية، والإرهاب والتطرف، والقضايا الثقافية والمثقفين وأخيرا القضايا البيئة، وموقف الناخب من تلك القضايا .

سادسا : أسلوب التحليل الإحصائي :

تم استخدام الحزمة الإحصائية (SPSS) وطبقت عليها عدة أساليب وهي :

- التكرارات.
- النسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية.
- الانحراف المعياري.
- اختيار التباين الأحادي (one way Anova)
- المقارنات البعدية بطريقة (توكي).

(18.5%) والبادية (21) بنسبة (15.6%) .

أما متغير المهن بالنسبة لأفراد العينة فقد كان الموظفون بوظائف عامة وخاصة عددهم (86) أي بنسبة (63.7%) وطلاب غير موظفون (49) بنسبة (35.6%) ويرجع ذلك بسبب أن معظم الطلاب من ماجستير ودكتوراه وطلاب البكالوريوس في الجامعات الخاصة يعملون إما كموظفين في الدولة أو أعمال خاصة.

أما متغير الدخل لأفراد العينة والياء أمورهم فقد كانت على النحو التالي : اقل من (300) دينار عدد (41) بنسبة (30.4%) ومن (300-400دينار) عدد (67) بنسبة (49.6%) ومن 400-500 دينار عدد 10 بنسبة (12.6%) وأكثر من (500) دينار وخاصة في الجامعات الخاصة وطلبة الدكتوراه والماجستير بنسبة عدد (17) بنسبة (12.6%) .

أما الدعايات الانتخابية التي تتحدث عن الحالة الاقتصادية للبلاد فقد كانت محط اهتمام كافة فئات أفراد العينة حيث أن تلك الدعايات والشعارات للمرشحين ركزت على المواضيع التالية :

- محاربة الفساد.
- محاربة الواسطة.
- محاربة المحسوبية.
- مكافحة البطالة .
- إيجاد فرص وظيفية.
- الإصلاح الاقتصادي بعيدا عن جيب المواطن.
- عدم زيادة الأسعار.
- توزيع عادل للثروة.

ومن المواضيع الأخرى التي طرحت في دعايات وشعارات أبعاد :

ثبات إدارة الدراسة

تم استخراج معامل ثبات الاتساق الداخلي لأداة الدراسة وفقا لإجابات أفراد عينة الدراسة ، للتعرف على درجة توافقهم عليها، بالاعتماد على معادلة الفا كرونباخ (Cronbach ألفا)

الجدول رقم (6)

معامل الثبات كرونباخ ألفا للمجالات والأداة ككل

المجال	عدد الفقرات	كروبناخ ألفا
أسئلة خاصة بالناخب	10	0.91
الأسئلة الخاصة الاقتصادية والمعيشية للناخب	10	0.97
الأسئلة الخاصة بالناحية السياسية والدستورية	10	0.97
القسم الخاص بالبرنامج	13	0.93
الأداة ككل	48	0.97

تبين لنا من خلال الجدول رقم (6) حول الأسئلة التي وجهت لعينة الدراسة من مختلف الجامعات الأردنية العامة والخاصة وعبر (135) استبانة من أصل (150) وزعت على طلاب مرحلة البكالوريوس والماجستير والدكتوراه، أن الأسئلة التي وجهت للناخل كانت بمقياس معامل الثبات كرونباخ ألفا (0.91)، والأسئلة التي وجهت للعينة الخاصة الاقتصادية، والمعيشية للناخب تساوت مع الأسئلة الخاصة بالناحية السياسية والدستورية بنسبة (0.97)، أما القسم الخاص بالبرنامج الانتخابي وتفسير أن الأسئلة السياسية والدستورية تساوت من حيث الفقرات مع الأسئلة الخاصة بالحياة الاقتصادية والمعيشية من حيث الفقرات ومعامل الثبات ذلك لان معظم أفراد العينة لا فرق بالنسبة لهم بين الناحية الاقتصادية والسياسية والدستورية من حيث الاهتمام سواء للذكور أو الإناث من أفراد العينة، وهذا يعني أن القضايا السياسية والدستورية تتساوى بالنسبة لأفراد العينة مع القضايا الاقتصادية والمعيشية من حيث الخطوة والاهتمام والمعالجة.

أما النتائج المتعلقة بالأسئلة الرئيسية للاستبانة فكان الجواب عليها على النحو التالي:

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول :

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوي والجدول (7) يوضح ذلك

الجدول رقم (7)

التكرار والنسبة المئوية

الفقرة	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
هل تعتبر نفسك مطلعا سياسي	نعم	121	%89.6
	لا	14	%10.4
هل أنت منتمي لحزب سياسي أو اتجاه سياسي	نعم	33	%24.4
	لا	102	%75.6
هل تؤمن بالبرنامج الانتخابي للمرشح	نعم	56	%41.5
	لا	79	%58.5
هل لديك فكرة عن قانون الانتخاب الأردني لعام 2016	نعم	94	%69.6
	لا	41	%30.4
هل تؤمن بالدعاية الانتخابية للمرشح	نعم	77	%57.0
	لا	58	%43.0

النتائج المتعلقة بالفقرة هل تعتبر نفسك مطلعا سياسيا كانت معظم غالبية الإجابات (نعم) بنسبة مئوية (89.6%) وكانت غالبية الإجابات على الفقرة على أنت منتمي لحزب سياسي أو اتجاه سياسي هي (لا) بنسبة (75.6%) ومعكم الإجابة على الفقرة هل تؤمن بالبرنامج الانتخابية للمرشح (لا) بنسبة (58.5%) وكانت غالبي الإجابة عن الفقرة هل لديك

فكرة عن قانون الانتخاب الأردني لعام 2016 هي نعم بنسبة (69.6%) وغالبية الإجابة عن الفقرة هل تؤمن بالدعاية الانتخابية للمرشح هي (نعم) بنسبة (57.0%).

التفسير :

من خلال الجدول رقم (7) أجابت العينة أنها مطلعة سياسيا على ما يحدث في مجلس النواب رغم أن (75.6%) من أفراد العينة غير قسمتي الحزب أو اتجاه سياسي واعتقد أن الوسائل التواصل الاجتماعي دور في ذلك الوعي والاطلاع السياسي وان (58.5%) ولا يؤمن بالبرنامج الانتخابي وهذا يدل على أن أفراد العينة يتابعون البرنامج الانتخابية من منطلق الفضول لأنها تصل إليهم بطريقة عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو عبر الفضائيات أو من خلال توزيع تلك البرامج عليهم مباشرة من خلال اليافطات المعلقة في الشوارع والمقار الانتخابية للمرشحين إلا أنها لا تؤثر على قراراتهم في الاقتراع والتي هي متخذة مسبقا إما بسبب مصلحته الشخصية أو (فزعة عشائرية) بسبب صلة القربى مع المرشح أو سبب الارتباط الاجتماعي أو لتحقيق مصلحة اقتصادية أو خدمية.

والأمر المثير للانتباه أن 41.5% من أفراد العينة يؤمنون بالبرنامج الانتخابي بينما 58.5% لا يؤمنون بالبرنامج الانتخابي علما أن 96.6% من أفراد العينة لديهم فكرة عن قانون الانتخاب.

ومن خلال إجابة أفراد العينة تؤكد الدراسة أن 75.6% منهم ما زال يتخوف من عملية الانخراط في الأحزاب السياسية ويرجع ذلك بسبب الرواسب التاريخية والمعتقدات الاجتماعية التي تركز على ضرورة البعد عن الأحزاب كأداة خراب

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني : أسئلة خاصة بالناخب

لإجابة السؤال الأول : تم حساب الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المجال، حيث كانتا النتائج موضحة في الجدول (8)

الجدول رقم (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المجال مرتبة ترتيبا تنازليا

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	الدعاية الانتخابية كانت تتوافق مع الشعارات التي طرحها النائب الذي كان يمثلك	3.92	0.90	1	مرتفعة
9	الدعاية الانتخابية التي قام بها مرشحك لا تتوافق مع قانون الانتخاب لسنة 2016	3.79	0.96	2	مرتفعة
2	لم تأتي الدعاية الانتخابية لمرشحك بأي موضوع جديد ولم تختلف هن غيرها	3.77	1.01	3	مرتفعة
4	هل أنت راضي عن وسائل الدعاية الانتخابية للمرشح الذي كان يمثلك في مجلس النواب الثامن عشر	3.74	0.96	5	مرتفعة
6	هل أنت راض عن البرنامج الانتخابي للمرشح الذي انتخبته؟	3.73	0.96	5	مرتفعة
10	الدعاية الانتخابية التي قام بها مرشحك شابها نوع من القيم السلبية	3.73	1.02	6	مرتفعة
3	مدة الدعاية الانتخابية كانت كافية للمرشح الذي كان يمثلك	3.71	0.98	7	مرتفعة
5	الشعارات الانتخابية التي طرحها	3.71	1.04	7	مرتفعة

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
	مرشحك لا تتوافق مع طبيعة المرحلة التي يمر بها الوطن				
8	الدعاية الانتخابية التي قام بها مشرحك لا تمثل أي نوع من الوعي والتطور السياسي	3.67	1.05	9	مرتفعة
7	هل أنت راض عن مقدار الإنفاق الذي تم إنفاقه على الحملة الانتخابية لمرشحك.؟	3.57	1.03	10	مرتفعة
	الدرجة الكلية	3.73	0.84		مرتفعة

يظهر من الجدول (8) أن المتوسطات الحسابية 000 تراوحت بين (3.092-3.57) حيث جاءت الفقرة والتي تنص على الدعاية الانتخابية كانت تتوافق مع الشعارات التي طرحها النائب الذي كان يمثلك : بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.92) وبدرجة مرتفعة وبالمرتبة الأخيرة الفقرة التي تنص على هل أنت راض عن مقدار الإنفاق الذي تم إنفاقه على الحملة الانتخابية لمرشحك بمتوسط حسابي (3.57) ودرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (3.73) وبدرجة مرتفعة.

التفسير :

يبين الجدول رقم 8 أن أفراد العينة أنهم يؤمنون بمضامين الدعاية الانتخابية وان كانت ليست هي المحدد السلوك المرشح، ولسلوك الناخب في اختيار مرشحه، وكان في مقدمة الأمور التي تهم المرشح هي قضايا الوعي والإنفاق على الدعاية الانتخابية ومدة الدعاية والتي نالت الدرجة المرتفعة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث الأسئلة الخاصة الاقتصادية والمعيشية للناخب

لإجابة السؤال الأول تم حساب الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المجال، حيث كانت النتائج موضحة في الجدول (9)

الجدول رقم (9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المجال مرتبة ترتيبا تنازليا

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
20	قمت بالتصويت للمرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية بتحسين الخدمات الصحية	4.20	0.94	1	مرتفعة
18	قمت بالتصويت للمرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية بمحاربة الواسطة والمحسوبية	4.17	0.93	2	مرتفعة
19	قمت بالتصويت للمرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية بمحاربة ارتفاع الأسعار	4.17	1.02	2	مرتفعة
14	قمت بالتصويت للمرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية لرقع مستوى الدخل الشهري للمواطن	4.13	0.94	4	مرتفعة
17	قمت بالتصويت للمرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية لرفع مستوى التعليم	4.13	0.90	4	مرتفعة
15	قمت بالتصويت للمرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية بمكافحة الفساد	4.12	1.04	6	مرتفعة
16	قمت بالتصويت للمرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية الفقر والبطالة	4.08	0.95	7	مرتفعة
13	قمت بالتصويت للمرشح الذي يتناسب برنامجه الانتخابي ومصلحتي أولا	4.04	0.99	8	مرتفعة
12	قمت بالتصويت للمرشح الذي يتناسب	3.91	0.96	9	مرتفعة

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
	وأهداف ومصلحة الوطن				
11	أتابع الداعية الانتخابية للمرشحين من خلال حملاتهم الانتخابية قبل عملية الاقتراع	3.76	1.10	10	مرتفعة
	الدرجة الكلية	4.07	0.84		مرتفعة

يظهر الجدول (9) أن المتوسطات الحسابية لمدى الدعاية الانتخابية لتحقيق اهداف ومصلحة الوطن تراوحت بين (4.20-3.76) حيث جاءت الفقرة والتي تنص على قمت بالتصويت للمرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية بتحسين الخدمات الصحية، بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.20) وبدرجة مرتفعة وبالمرتبة الأخيرة الفقرة التي تنص على :" أتابع الداعية الانتخابية للمرشحين من خلال حملاتهم الانتخابية قبل عملية الاقتراع ، بمتوسط حسابي (3.76) وبدرجة مرتفعة وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (4.07) وبدرجة مرتفعة.

اما النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع لأسئلة الخاصة بالناحية السياسية والدستورية

لإجابة السؤال الأول، تم حساب الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المجال، حيث كانت النتائج موضحة في الجدول (10) .

التفسير :

يتضح من خلال الجدول رقم (9) أن أهم القضايا التي يجيدها المرشح والتي لها أولوية المناقشة في مجلس النواب هي قضايا الفقر والبطالة والتي نالت (4.08) وانحراف معياري (0.95) ومحاربة الواسطة والمحسوبية والتي نالت (4.017) وانحراف معياري (0.93).

الجدول رقم (10)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المجال مرتبة ترتيبا تنازليا

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
30	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي تناول من خلال دعايته الانتخابية الاهتمام بالقضايا البيئية	4.21	0.93	1	مرتفعة
23	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية دور الشباب	4.19	085	2	مرتفعة
27	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي تناول من خلال دعايته الانتخابية الاهتمام بالقضايا الإسلامية	4.19	0.93	3	مرتفعة
24	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي تناول من خلال دعايته الانتخابية الاهتمام بالقضايا الوطنية فقط.	4.16	0.93	4	مرتفعة
21	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية بتطوير الوعي السياسي للشباب	4.15	0.84	5	مرتفعة
25	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي تناول من خلال دعايته الانتخابية الاهتمام بتفعيل دور المرأة في الحياة السياسية	4.13	0.91	6	مرتفعة
26	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي تناول من خلال دعايته الانتخابية الاهتمام بالقضاية القومية.	4.13	0.90	7	مرتفعة
28	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي تناول من خلال دعايته الانتخابية الاهتمام بمحاربة التطرف والإرهاب .	4.13	0.90	8	مرتفعة
29	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي تناول	4.13	0.93	9	مرتفعة

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
	من خلال دعايته الانتخابية الاهتمام بالقضايا الثقافية والمثقفين				
22	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية بتفعيل دور الأحزاب والجماعات السياسية	3.99	0.93	10	مرتفعة
		4.14	0.77		مرتفعة

يظهر من الجدول (10) أن المتوسطات الحسابية لمدة الناحية السياسية والدستورية تراوحت بين (4.21-3.99) حيث جاءت الفقرة والتي تنص على " قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي تناول من خلال دعايته الانتخابية بالقضايا البيئية، بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.21) وبدرجة مرتفعة ، بالمرتبة الأخيرة الفقرة التي تنص على : قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية بتفعيل دور الأحزاب والجماعات السياسية، بمتوسط حسابي (3.99) وبدرجة مرتفعة، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (4.14) وبدرجة مرتفعة.

التفسير

يتبين من الجدول رقم 10 أن القضايا البيئية هي من أهم القضايا التي يجب على المرشح الاهتمام بها والتي نالت على متوسط حسابي (41.12) وانحراف معياري (0.93) واعتقد أن الأمر يرجع في ذلك بسبب زيادة عدد السكان واللجوء السوري المتزايد الذي أدى إلى الضغط على البنية التحتية الأردنية.

في حين جاءت كل من قضية دور الشباب في الدرجة الثانية بمتوسط حسابي (4.19) وانحراف معياري (0.85) والقضايا الإسلامية بمتوسط حسابي (4.19) وانحراف معياري (0.93) في حين جاء تفعيل دور الأحزاب بمتوسط حسابي (4.14) وانحراف معياري (0.77).

النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس القسم الخاص بالبرنامج الانتخابي

لإجابة السؤال الأول، تم حساب الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المجال، حيث كانت النتائج موضحة في الجدول (11)

الجدول رقم (11)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات المجال مرتبة ترتيبا تنازليا

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
33	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي تضمنت دعايته الانتخابية شعارات عشائرية.	4.18	0.88	1	مرتفعة
31	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي تضمنت دعايته الانتخابية بإصلاح القانون والدستور	4.15	0.97	2	مرتفعة
32	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي تضمنت دعايته الانتخابية أن الإسلام هو الحل	4.07	0.87	3	مرتفعة
34	استطاعت اليافطات من خلال الشعارات تعريف على المرشح وأهدافه وبرامجه	3.78	0.98	4	مرتفعة
36	البوسترات كوسيلة للدعاية الانتخابية عرفتني على أهداف وبرامج المرشح	3.74	1.01	5	مرتفعة
43	الدعاية الانتخابية التي قام بها المرشح تختلف عن توجهاتي وأفكاري لذا لم أعيرها اهتمام	3.74	1.06	5	مرتفعة
42	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي ينتمي لنفس الحزب السياسي الذي انتمي إليه وأؤيد أفكاره وبرنامجه الانتخابي	3.73	1.00	7	مرتفعة
41	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي مثلني عشائريا بحكم النسب والقرابة	3.71	0.99	8	مرتفعة

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
	والعشيرة				
35	المنشورات كوسيلة للدعاية الانتخابية عرفتني على أهداف وبرامج واسم المرشح	3.68	1.12	9	مرتفعة
37	اللافتات كوسيلة للدعاية الانتخابية عرفتني على أهداف وبرامج واسم المرشح	3.67	0.98	10	مرتفعة
39	المؤتمرات والندوات كوسيلة للدعاية الانتخابية عرفتني على أهداف وبرامج واسم المرشح	3.59	0.96	11	مرتفعة
40	التلفاز أكثر وسائل الدعاية الانتخابية التي عرفتني على أهداف وبرامج واسم المرشح	3.55	0.92	12	مرتفعة
38	الصحف كوسيلة للدعاية الانتخابية عرفتني على أهداف وبرامج واسم المرشح	3.48	0.96	13	مرتفعة
	الدرجة الكلية	3.77	0.76		مرتفعة

يظهر من الجدول (11) أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت بين (3.48-4.18) حيث جاءت الفقرة والتي تنص على قمت بالتصويت لصالح لمرشح الذي تضمنت دعايته الانتخابية شعارات عشائرية بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.18) وبدرجة مرتفعة وبالمرتبة الأخيرة الفقرة التي تنص على " الصحف كوسيلة للدعاية الانتخابية عرفتني على أهداف وبرامج واسم المرشح، بمتوسط حسابي (3.48) وبدرجة مرتفعة، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (3.77) وبدرجة مرتفعة.

التفسير :

يتبين من الجدول رقم 11 أن الناخب قام بالتصويت للمرشح العشائري حيث يبين الجدول أن المتوسط الحسابي لذلك هو (4.181) والانحراف المعياري (0.81) وذلك بدرجة مرتفعة بينما حل في الدرجة الثانية أن المرشح يؤيد إصلاح الدستور حيث كان المتوسط

الحسابي (4.15) وانحراف معياري)0.87) وجاء شعار الإسلام هو الحل في تصويت الناخب بمتوسط حسابي (4.07) وانحراف معياري (0.87) وان الناخب قد تعرف على دعاية المرشح الانتخابية من خلال الصحف بأنواعها الورقية والالكترونية والتي جاءت في الأخير من الجدول بمتوسط حسابي (3.77) وانحراف معياري (0.76)

نتائج الدراسة

من خلال ما قامت به هذه الدراسة من عرض وتحليل لنموذجها والمعد لغاية قياس اثر الدعاية الانتخابية على مجلس النواب الثامن عشر، وبين العلاقة بين متغيرات الدراسة فقد وضعت مجموعة من الفرضيات، انطلقت ساعية لتأكيدها أو نفيها، وتبين وبناء على إجابات أفراد العينة انه ليس هناك اثر للدعاية الانتخابية على مجلس النواب الثامن عشر الأردني وذلك من خلال إجابة طلاب الجامعة على تصوراتهم حول اثر الدعاية الانتخابية للمرشح الأردني لمجلس النواب الثامن عشر 2016، وهذا يتفق مع دراسة سابقة ليث سلطان جهاد والنعيمي والموسومة " اثر الدعاية الانتخابية على السلوك الانتخابي للناخب الأردني (انتخابات مجلس النواب الأردني الخامس عشر، 2007) .

فقد أجابت العينة أن الناخبين يصوتون للمرشح بناء على دعايته الانتخابية أو برنامجه أو شعاره الانتخابي 1-3 وإنما للمعرفة والمصلحة والخدمة واعترفت أن تأثير الدعاية الانتخابية للمرشحين ضعيفة وان الدعاية لا تؤثر على قناعات الناخبين في انتخاب أقاربهم.

وهذا يغنى أن المواقف الاختيارية المعدة مسبقا لاختيار مرشح ما في العملية الانتخابية تحكمها المصلحة الشخصية للناخب والمتأثرة بالعوامل الاجتماعية والاقتصادية والعشائرية

- أثبتت الدراسة غياب كامل لدور الجماعات والأحزاب السياسية وتأثيرها على الدعاية الانتخابية.
- أثبتت الدراسة بان نسبة من يؤمنون بالبرنامج الانتخابي هم (58.5%) يؤمنون بالدعاية الانتخابية ولكن الناخب يختار غير قناعاته من خلال اختيار احد أقربائه أو معارفه أو أصدقائه من اجل مصلحة أو خدمة له والأفراد أسرته .

- تبين من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم (4) عدم وجود اثر ذو دلالة إحصائية بين الدعاية الانتخابية والبرنامج الانتخابي للمرشح.
- تبين من خلال البيانات الواردة في الجدول (4) عن وجود اثر ذو دلالة إحصائية بين الدعاية الانتخابية والثقافية السياسية للناخب .
- تبين من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم (4) عن وجود اثر ذو دلالة إحصائية بين الدعاية الانتخابية وبين قانون الانتخاب رقم (6) لسنة 2016.
- تبين من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم (5) عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وسائل الدعاية الانتخابية وقوتها وبين محتوى الشعارات الانتخابية.
- تبين من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم (5) عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية والمواضيع الجديدة المطروحة على الساحة الوطنية.
- تبين من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم (5) وجود اثر ذو دلالة بين اثر الدعاية الانتخابية والوعي والتطور السياسي .
- تبين من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم (6) عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية والقضايا الاقتصادية والحالة المعيشية للناس من ناحية ارتفاع الأسعار، الفقر، البطالة، رفع مستوى التعليم، محاربة الواسطة والمحسوبية وتحسين الخدمات الصحية.
- تبين من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم (7) عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الدعاية الانتخابية والناحية السياسية والدستورية للدولة من ناحية الاهتمام بالقضايا الوطنية والإقليمية والدولية.

- تبين من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم (8) عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الدعاية الانتخابية ومضمون البرنامج الانتخابي من ناحية كبيعة الأفكار، والعصرنة، والأهداف، والالتزام العشائري والوسائل الإعلامي، والتصويت.

التوصيات

من خلال الجانب النظري لهذه الدراسة ، اطلع الباحث على الكثير من الأدبيات والدراسات السابقة ذات العلاقة المباشرة أو غير المباشرة المتعلقة بموضوع الدراسة من ناحية أدبيات السلوك، والرأي العام والثقافة السياسية والاقتصادية والاجتماعية في المجتمع الأردني، لذا فإن الدراسة توصي بما يلي :

- العمل على تغيير فكرة أن الدعاية الانتخابية هي السبب الرئيسي المؤثر المحدد لنجاح المرشحين في مجلس النواب الأردني الثامن عشر 2016.
- العمل على عدم هدر الأموال على الدعاية الانتخابية إلا بعد دراسة عميقة لطبيعة المجتمع الأردني وسلوكياته وأدبياته وقناعاته .
- الاعتقاد العام بان مكانة المرشح الاجتماعية العلمية أو العشائرية والاقتصادية هي السبب الرئيس في نجاح أي مرشح. كما أن القضايا المطروحة على الساحة هي فرصة مناسبة لهذا المرشح للحديث أمام ناخبيه.
- العمل على التركيز على وسائل الدعاية الانتخابية البسيطة كالمنشورات واللافتات وعدم الركون إلى وسائل أخرى بالوسائل الإعلامية التي ليس لها اثر كبير في نجاح المرشح.

- العمل على إيجاد منظومة قيمية عشائرية مجتمعة لانتخاب المرشح الذي يستحق والتخلص من سلبيات المنظومة القيمية الاجتماعية التي تركز على المرشح ذو المكانة العشائرية والاقتصادية فقط.
- العمل على تطوير قانون الانتخاب رقم (7) لسنة 2016 بحيث يصبح صوت للمرشح صوت للإقليم وصت للوطن.
- العمل على إيجاد إجراءات التصويت أبناء الوطن في الخارج كما هي أنظمة الدول الأخرى الديمقراطية وذلك من خلال السفارات.
- العمل على منع المال السياسي كوسيلة من وسائل إيصال المرشح للنيابة ومحاربة المال السياسي (الأسود) من خلال إيجاد منظومة تشريعية متكاملة وكذلك قانونية .
- العمل على إيصال صوت النواب إلى كافة شرائح المجتمع ونقل كلماتهم وأفكارهم من خلال اجتماعاتهم مع الجهور الذي انتخبهم وذلك لمعرفة شخصياتهم والتعرف على أفكارهم ومناقشتهم .
- العمل على إجراء المزيد من الدراسات والبحوث حول هذا الموضوع لأهميته.

مراجع الدراسة

أولا: الكتب

- الحسن ، إحسان محمد (2005) مناهج البحث الاجتماعي دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1.
- اوزي، احمد(2008) منهجية البحث وتحليل المضمون ، مطبعة النجاح الجديدة، الرباط، المغرب، ط2.
- الأسود، صادق(1990)، علم الاجتماع السياسي (د مط) بغداد ، ط1.
- البطاينة، رافع شفيق (2009)، الإصلاح السياسي في الأردن رؤية للتنمية السياسية دار أمواج للطباعة للنشر والتوزيع، عمان، ط1.
- بيج، بنيامين، أي وآخرون (1999)، ما الذي يحرك الرأي العام من كتاب سلطة وسائل الإعلام في السياسة، دار البشير، للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1.
- تشومسكي، نعوم(2003)، السيطرة على الإعلام (الانجازات الهائلة للبروباجندا، تعريب اميمة عبد اللطيف، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، ط1.
- التلحمي، عبد الرازق(ب، ت) إدارة الحملات الانتخابية وسبل الفوز بها، مركز البراق للبحوث والثقافة ، رام الله، فلسطين.
- الجر، أي دين(1999)، وسائط الإعلام في الانتخابات (الدليل على دورها وتأثيرها) دار البشير، عمان، ط1.
- حريبر، دوريس ايه (2000)، سلطة وسائل الإعلام في السياسة، ترجمة اسعد أبو لبدة ، دار البشير للنشر والتوزيع عمان، ط2.

- السلعوس، محمد (2003)، قراءات إضافية في الدعاية الإعلامية، جامعة اليرموك، اربد، ط1.
- بورد، جورج (1984(، القانون الدستوري والمؤسسات السياسية ، المكتبة العامة للفقه والقانون باريس، ط20.
- ظاهر، احمد جمال(1988)، دراسات الفلسفة السياسية، دار الكندي، اربد، الأردن، ط1.
- العالم ، صفوت (2013) الحملة الانتخابية المفهوم التأثيرات الاستراتيجيات المراحل دور وسائل الإعلام خطوات التخطيط، المجلس القومي للمرأة، القاهرة، ط1.
- عواشة، حقيق(1993)، الرأي العام بين الدعاية والإعلام منشورات الجامعة المفتوحة، طرابلس، ليبيا، ط1.
- قانون الانتخاب الفلسطيني (1995)، الصادر بتاريخ 1995 قوانين الانتخابات في البلاد العربية ،مركز بيروت للأبحاث والمعلومات منشورات الحلبي، بيروت، ط1.
- المحافظة ، علي(1990)، وثائق ونصوص 1916-1946 : الفكر السياسي في الأردن، مركز الكتب الأردني، عمان، ط1، ج1.
- المشاقبة، أمين عواد (2001)، في التربية الوطنية والنظام السياسي والمسيرة الوطنية والديمقراطية، دار الحامد ، عمان.
- نوفل ، احمد سعود(1997)، معايير تصنيف الأحزاب السياسية ، مركز الريادة للمعلومات ، عمان، الأردن.
- شكر ، زهير،(1994)، الوسيط في القانون الدستوري، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، والتوزيع، بيروت، ط3

ثانيا : الدراسات والأبحاث والندوات

- باترسون، توماس أي (1999)، وجهات نظر عن الفائزين والخاسرين، من كتاب (سلطة وسائط الإعلام في السياسة، ترجمة اسعد أبو لبدة ، دار البشير، عمان، ط1.
- تشينور ، فيليين جيه وآخرون (1999)، تشكيل البرنامج السياسي دراسة من كتاب سلطة(وسائط الإعلام في السياسة) ترجمة اسعد أبو لبدة، دار البشير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1.
- تقرير المجموعة الدولية ICG، تحديات الإصلاح السياسي الديمقراطية الأردنية وعدم الاستقرار السياسي، عمان، الأردن ، 8 تشرين الثاني /نوفمبر 2003.
- السالم ، فاطمة (2016)، الإعلام سلاح المرشحين الأقوى، قسم الإعلام، كلية الإعلام ، جامعة الكويت ، الكويت، 7 تشرين الثاني /نوفمبر.
- السليطي، عبد الرحمن ماجد(2015)، مفهوم ومتطلبات الدعاية الانتخابية، المجلس البلدي المركزي، الكويت، 9/نيسان /ابريل /2015.
- شرادقة، تحسين(2016)، الدعاية السياسية بين المفهوم والماهية ، طلبة الصحافة والإعلام، جامعة الزرقاء الأهلية، الزرقاء، الأردن.
- العتيبي، منصور(2016)، كيف تؤثر الوسائل الإعلامية على خيارات الناخب الأمريكي، مركز سمت للدراسات، واشنطن، 28/تشرين الأول، أكتوبر 2016.
- فليح، رافد عجيل(2011)، الدعاية السياسية، مدونة الإعلام والاتصال 9 آذار مارس 2011، 12:53، جامعة بغداد ، بغداد، العراق.

- قانون الانتخاب الأردني(2016)، قواعد الدعاية الانتخابية ، مجلس النواب الأردني، عمان، الأردن.
- قنديل، محمد وعلاء قاعود(2011)، اعرف حقوقك الانتخابية انتخابات ما بعد 25 يناير 2011، القاهرة، مصر.
- كومبس، ماكسويل ماك ودونالد ال شو(1999)، دراسة في كتاب سلطة وسائط الإعلام في السياسة، ترجمة اسعد أبو لبدة ، دار البشري للنشر والتوزيع ، عمان، ط1.
- اللبان، شريف درويش(2015)، الانتخابات في عصر الانترنت : الدعاية السياسية في الانتخابات المركز العربي للبحوث والدراسات، القاهرة الأحد 18 أيار /2014.
- المنظمة العربية لحقوق الإنسان (AOHR) (2011)، اعرف حقوقك الانتخابية (انتخابات ما بعد ثورة 25 يناير 2011، القاهرة، مصر.
- نص مشروع قانون الانتخابات الجديد(2015)، مجلس النواب الأردني، عمان، 31/آب/أغسطس، 2015.
- الهيئة المستقلة للانتخابات (2016)، الأحكام العامة الخاصة بالانتخابات الأردنية، عمان، الأردن.
- ورقة سياسات (17)، (2015)، نسبة الحسم العتبة ، مركز الدراسات والبحوث التشريعية، مجلس النواب الأردني، عمان، الأردن.

ثالثا : الدوريات :

- صحيفة الجزيرة(2011)، الناخب يتأثر بحملات الدعاية الانتخابية وقد يغير رأيه في آخر لحظة، صحيفة الجزيرة السعودية، الرياض، العدد (14129) الأحد 3/ رجب 1432 الموافق 5/حزيران، يونيو 2011.

- قانون الانتخابات الأردني رقم (6) 2016، مجلس النواب الأردني، عمان، الأردن.
- قانون الهيئة المستقلة للانتخاب رقم (11) 2014، مجلس النواب الأردني، عمان، الأردن.
- حسين، احمد فاضل (2010)، التنظيم القانوني للدعاية الانتخابية ، مجلة الباحث الإعلامي، الإصدار 9، السنة 2010، جامعة بغداد ، بغداد . العراق.،
- الوشاح، عبلة (2016)، الفقر والديمقراطية، لا يجتمعان، الجمعية الوطنية لعلم الاجتماع، صحيفة عمون الإخبارية، عمان، الأردن 27/تموز/يوليو 2016.
- التعليمات التنفيذية رقم (7)، لسنة 2016، مجلس النواب الأردني، عمان، الأردن.

رابعا : الرسائل الجامعية :

- النعيمي، ليث سلطان جهاد(2007)، اثر الدعاية الانتخابية على السلوك الانتخابي للناخب الأردني، انتخابات مجلس النواب الأردني الخامس عشر، دراسة ميدانية، (رسالة ماجستير غير منشورة)، معهد بيت الحكمة ، جامعة آل البيت المفرق، الأردن.
- العكش، محمد ناصر نايف(2006)، مؤسسات المجتمع المدني والتحول الديمقراطي في الأردن، (1999-2005) (رسالة ماجستير غير منشورة)، معهد بيت الحكمة جامعة آل البيت، .
- الخزاعلة ،عيد كامل (2015)، اثر الانفتاح السياسي على مؤسسات المجتمع المدني في الأردن (1999-2014) (رسالة ماجستير غير منشورة)، معهد بيت الحكمة جامعة آل البيت ،. المفرق الأردن.

- معاوي، شيماء(2014) دور الحملات الانتخابية في التنشئة، دراسة استطلاعية على عينة من طلبة جامعة محمد خضير بسكرة، (رسالة ماجستير غير منشورة)، الاتصال والعلاقات العامة ، قسم العلوم الإنسانية كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة محمد خضير بسكرة الجزائر.

خامسا : الانترنت :

- رياض ، حاج طيب (2013) الدعاية وسائلهما وأساليبهما وأهدافها 21/ كانون الثاني ديسمبر، انظر الموقع : ajtaibriad.ever-blog.com/21/12/2013/6:30
- الموسوعة الحرة (2007) الدعاية السياسية وانظر الموقع : http://ar.m.wikipeda.org.wiki/2007
- الوفد (2005)، تيفا تريد حملة انتخابية، حزب الوفد المصري 15 شباط / فبراير 2015، القاهرة، مصر/، انظر الموقع : m.alwafd.org/15/2/2015/10:10
- الموسوعة Encyclopdia (2015)، وسائل الإعلام في الحملات الانتخابية، انظر الرابط : http://acproject.o>mobile-brwsing/2015/6/22/10:10
- نظم الحملات الانتخابات لانتخابات مجلس النواب العراقي رقم (19) لسنة 2010، منشور على موقع المفوضية العليا المستقلة للانتخابات انظر الموقع : www.IHR.com/No(19)2010
- اللجنة العليا للانتخابات المصرية (2015)، عن الدعاية الانتخابية، 2015/4/25 : انظر الموقع : http://www.elections>compain-faq/25/4/2015
- حدادين، سمير (2012) المال السياسي وشراء الأصوات هل من إليه يضبطها ، 2012/10/15 ، انظر الموقع : www.alrai.net/15/10/2012/10:00

- الطاهات، خلف(2012) الشعارات الانتخابية بين المعلن وعدم الواقعية، قناة رؤيا الإخبارية، عمان، الأردن، انظر الموقع : royanews.tv/3/9/2016/22:00
- بترا (2016) ابرز شعارات المرشحين للانتخابات النيابية، 2016: 2016/8/21 انظر الموقع : hawajordan.net/21/8/2016/4:42
- وكالة الوقائع الإخبارية (2014) جلالة الملك : التحديات ليست عذرا، لتأجيل أجندتنا الوطنية الإصلاحية، الورقة النقاشية الخامسة، عمان، انظر الموقع : www.alwakaai.com/13/2014/9:30
-
- الوفد (2015) سياسيون: الوعي الانتخابي عامل مؤثر في العملية الانتخابية ،/ 8/شباط/ فبراير /2015 6:53 انظر الرابط : http://m.alwafd.com/8/2/2015/6:53
- الأغوات، فتحي، (2016)، الشباب والوعي الانتخابي مسؤولية الاختيار، صحيفة الرأي الأردنية (شباب وجامعات) 2016/7/19، 11:32 انظر الموقع : www.alari.com/16/7/2016/11:32
- ناصر، سيمرة محمود (2007)، أهمية الإعلام والسياسة في السياسة، موقع الحوار المتمدن، انظر الموقع : www.magewar.org/15/1/2007/11:00
- أبو حبلة، علي (2016)، الدعاية الانتخابية الناجمة طريقك للوصول للناخب وتتطلب خطوات وجهد وسقف لتحقيق الممكن، صفحة دنيا الوطن، 2016/8/17 انظر الموقع : lpit.dwatavice.com/7/8/2016/18:00

- سامح ، خالد (2016)، الدعاية الانتخابية عبر موقع التواصل الاجتماعي عين نيوز ، 2016/6/16 انظر الموقع : ainnwes.net/19/6/2016/18:05
- النشمي، محمد نبيل (2009)، أنماط المشاركة السياسية وأهميتها، موقع الحوار المتمدن، 2009/2/11، انظر الموقع : www.ahewar.org/11/2/2009/16:30
- الموسوعة wikipead (2016) الانتخابات النيابية 2016 18/أيلول /سبتمبر 2016 : انظر : http://wikibida.org/18/9/2016/16:22
- الحقوقيات (2015)، مفهوم إدارة الحملات الانتخابية، 12 تشرين الثاني /2015 انظر الموقع : www.qeflwomen.com/12/11/2015/15:30
- صحيفة يمن، الغد الطلابية (2012)، النظام الانتخابي ، 27/أيار /مايو 2012 الساعة 12:30انظر الموقع : http://m.facebook.com/post/27/5/2012/12:30
- بوحمالة ، عبد الإله (2006) الحملة الانتخابية : فعل ديمقراطي بأدوات تواصلية، موقع الحوار المتمدن انظر الموقع : www.m.ahewear.org/19/12/2006
- جابر آلاء (2016) مفهوم الشعار 2016/11/8 انظر الموقع : mawdoa3.com/8/11/2016/10:19
- الهيئة المستقلة للانتخاب (2017)، رصد الدعاية الانتخابية 2017/6/7 انظر الموقع : http://iec.jo/7/6/2017/17:33
- جمعية معهد تضامن النساء الأردني (2017) الدعاية الانتخابية تكسر عقدة الفجوة المالية، 2017، انظر الموقع : digi-Jordan.org/22/1/2017/17:22

- مركز الفينق للدراسات الاقتصادية والمعلوماتية (2013) (2016) المضامين الاقتصادية في برامج القوائم الانتخابية ورقة تقرير موقف ، عمان الأردن 12/كانون الثاني 2013 و18/أيلول سبتمبر 2016 : انظر الموقع : www.jordan.politics.org/2013/2016
- الحسيني، محمد (2016) غياب خطر الإرهاب عن الشعارات الانتخابية برامج المرشحين 2016/8/31، انظر الموقع : www.3nar.com/31//8/2016/6:22
- المشاقبة أمين، وآخرون (2016) قراءة في نتائج الانتخابات النيابية، مركز الرأي للدراسات السياسية ، صحيفة الرأي الأردنية، عمان، الأردن، (2016).
- مركز هوية الديمقراطي(2016) تقرير حول أدوات ومحتوى الحملات الانتخابية ونسبها حتى 3/ أيلول /سبتمبر 2016، مركز هوية الديمقراطي، عمان الأردن، 2016/9/3.
- الجزيرة، (2011)، مفهوم وأهمية الحملات الانتخابية للمرشحين الناخب يتأثر بالحملات الدعاية الانتخابية وقد يغير رأيه في آخر لحظة العدد 14129، الأحد 3 رجب 1432هـ 2011/6/5 انظر الموقع : www.aljazirah.com/5/6/2011/3:30

سادسا : الكتب الأجنبية

- Verba, sinful and Nie, Norman(1978) participation and political Equality : A seven Nation caparison Cambridge , university press London.
- Weiner, Macron, and Samuel P . Huntington (1987) undressing political Development Piffle, Brown, and company.
- Weiner mayron (1971) political participation crises of the political process in society : Egypt , Jordan and Sudan, Breglunisco Paris,

- Adams, William (1984) media coverage of campaign 84 A preliminary report pubic opinion April may washing . ton .
- Brady, Menry E and Michael G Magen (1986(The Horse race or the issue? What do voters learn from presidential primaries center for American political fnnal meeting paper.
- Clancy, maura and Michael Robinson (1984) The media campaign 84 General elections coverage part 1 in Robinson and Rainey The mass media in campaign 84 on equality of news time washing U . S . A
- White, The odor (1973) The making of the pres dent Benyamin New York 1sted.
- Lang kurgan and Gladys, Lang (1968) politics and television Quadrille, Chicago, U . S . A.
- Patterson, Thomas (1980) The mass media, election New York pager, new York , U . S. A .
- Evans, Angelica(2011) public Relation Journal vo1 5 No1 winter 2011 U.S.A
- Bike, Hygiene (2013) The Hawa : I international conference on system science Washington press U.S.A

الملاحق

الملحق رقم (1)
الاستبانة

جامعة آل البيت

معهد بيت الحكمة

قسم العلوم السياسية

أخي الفاضل .... أختي الفاضلة

يقوم الباحث بإعداد دراسة حول : " أثر الدعاية الانتخابية على مجلس النواب الثامن عشر، الذي تم انتخابه في 20 أيلول / سبتمبر 2016.

تأتي هذه الدراسة إستكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية في معهد بيت الحكمة بجامعة آل البيت.

وإذ يضع الباحث بين أيديكم هذه الإستبانة، فإنه يأمل أن تكون إجابتكم بكل تجرد وشفافية وموضوعية، وان حرصكم على إعطاء المعلومات الكاملة والمطلوبة بدقة سيؤدي إلى نتائج أكثر صحة ودقة.

وإننا نعدكم أن تكون المعلومات التي سيتم الحصول عليها والتي ستستخدم لغايات البحث العلمي ومصلحة البلد والمواطن سرية، تقديراً لتعاونكم والمحافظة على نزاهة البحث العلمي، وضمانا لذلك فانه لا داعي لكتابة اسمك.

شاكرين لكم حسن تعاونكم لما فيه خير البحث العلمي، ومقدرين صبركم الذي نقدره بكل وفاء وإخلاص.

الباحث
فواز حمد الخريشا

الأول : المتغيرات الأساسية (الشخصية) :

1- **الجنس** : ☐ ذكر ☐ أنثى

2- **العمر** : ☐ اقل من 40 سنة ☐ أكثر من 40 سنة

3- **الحالة الاجتماعية :**

☐ متزوج ☐ أعزب ☐ غير ذلك

4- **الدرجة العلمية:**

☐ بكالوريوس ☐ ماجستير ☐ دكتوراه

5- **الإقليم الجغرافي للسكن:**

☐ الشمال ☐ الوسط ☐ الجنوب

6- **مكان الإقامة** :

☐ المدينة ☐ قرية

☐ المخيم ☐ البادية

7- **المهنة** : ☐ موظف ☐ غير ذلك (اذكرها)

8- **مستوى الدخل للأسرة** :

☐ اقل من 300 دينار ☐ من 300 -400 دينار

☐ من 400-500 ☐ أكثر من 500 دينار

الجزء الثاني : اجب بنعم أو لا

1- هل تعتبر نفسك مطلعاً سياسيا	☐ نعم	☐ لا
2- هل أنت منتمي لحزب سياسي او اتجاه سياسي	☐ نعم	☐ لا
3- هل تؤمن بالبرنامج الإنتخابي للمرشح	☐ نعم	☐ لا
4- هل لديك فكرة عن قانون الإنتخاب الأردني لعام 2016	☐ نعم	☐ لا
5- هل تؤمن بالدعاية الإنتخابية للمرشح	☐ نعم	☐ لا

الجزء الثالث : أسئلة خاصة بالناخب : يرجى وضع إشارة (×) في المكان الممثل لإجابتك:

الفقرة	إلى أي مدى تتوافق مع ما يلي	أوافق بشدة	أوافق	لا اعلم	ارفض	ارفض بشدة
1	الدعاية الانتخابية كانت تتوافق مع الشعارات التي طرحها النائب الذي كان يمثلك .					
2	لم تأتي الدعاية الانتخابية لمرشحك بأي موضوع جديد ولم تختلف عن غيرها .					
3	مدة الدعاية الانتخابية كانت كافية للمرشح الذي كان يمثلك .					
4	هل أنت راضي عن وسائل الدعاية الانتخابية للمرشح الذي كان يمثلك في مجلس النواب الثامن عشر .					
5	الشعارات الانتخابية التي طرحها مرشحك لا تتوافق مع طبيعة المرحلة التي يمر بها الوطن .					
6	هل أنت راض عن البرنامج الانتخابي للمرشح الذي انتخبته؟					
7	هل أنت راض عن مقدار الإنفاق الذي تم إنفاقه على الحملة الانتخابية لمرشحك؟					
8	الدعاية الانتخابية التي قام بها مرشحك لا تمثل أي نوع من الوعي والتطور السياسي .					
9	الدعاية الانتخابية التي قام بها مرشحك لا تتوافق مع قانون الانتخاب لسنة 2016.					
10	الدعاية الانتخابية التي قام بها مرشحك شابها نوع من القيم السلبية .					

الجزء الرابع : الأسئلة الخاصة الاقتصادية والمعيشية للناخب :

الفقرة	إلى أي مدى تتوافق مع ما يلي	أوافق بشدة	أوافق	لا اعلم	ارفض	ارفض بشدة
11	أتابع الداعية الانتخابية للمرشحين من خلال حملاتهم الانتخابية قبل عملية الاقتراع.					
12	قمت بالتصويت للمرشح الذي يتناسب وأهداف ومصلحة الوطن.					
13	قمت بالتصويت للمرشح الذي يتناسب برنامجه الانتخابي ومصلحتي أولا .					
14	قمت بالتصويت للمرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية لرفع مستوى الدخل الشهري للمواطن .					
15	قمت بالتصويت للمرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية بمكافحة الفساد .					
16	قمت بالتصويت للمرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية بمكافحة الفقر والبطالة .					
17	قمت بالتصويت للمرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية لرفع مستوى التعليم .					
18	قمت بالتصويت للمرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية بمحاربة الواسطة والمحسوبية					
19	قمت بالتصويت للمرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية بمحاربة ارتفاع الأسعار .					
20	قمت بالتصويت للمرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية بتحسين الخدمات الصحية.					

الجزء الخامس : الأسئلة الخاصة بالناحية السياسية والدستورية:

الفقرة	إلى أي مدى تتوافق مع ما يلي	أوافق بشدة	أوافق	لا اعلم	ارفض	ارفض بشدة
21	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية بتطوير الوعي السياسي للشباب.					
22	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية بتفعيل دور الأحزاب والجماعات السياسية .					
23	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي وعد في دعايته الانتخابية بتفعيل دور الشباب .					
24	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي تناول من خلال دعايته الانتخابية الاهتمام بالقضايا الوطنية فقط .					
25	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي تناول من خلال دعايته الانتخابية الاهتمام بتفعيل دور المرأة في الحياة السياسية .					
26	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي تناول من خلال دعايته الانتخابية الاهتمام بالقضايا القومية					
27	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي تناول من خلال دعايته الانتخابية الاهتمام بالقضايا الإسلامية .					
28	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي تناول من خلال دعايته الانتخابية الاهتمام بمحاربة التطرف والإرهاب .					
29	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي تناول من خلال دعايته الانتخابية الاهتمام بالقضايا الثقافية والمثقفين .					
30	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي تناول من خلال دعايته الانتخابية الاهتمام بالقضايا البيئية.					

الجزء السادس : القسم الخاص بالبرنامج الانتخابي :

31	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي تضمنت دعايته الانتخابية بإصلاح القانون والدستور.					
32	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي تضمنت دعايته الانتخابية أن (الإسلام هو الحل).					
33	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي تضمنت دعايته الانتخابية شعارات عشائرية.					
34	استطاعت اليافطات من خلال الشعارات تعريف على المرشح وأهدافه وبرامجه .					
35	المنشورات كوسيلة للدعاية الانتخابية عرفتني على أهداف وبرامج واسم المرشح .					
36	البوسترات كوسيلة للدعاية الانتخابية عرفتني على أهداف وبرامج واسم المرشح .					
37	اللافتات كوسيلة للدعاية الانتخابية عرفتني على أهداف وبرامج واسم المرشح .					
38	الصحف كوسيلة للدعاية الانتخابية عرفتني على أهداف وبرامج واسم المرشح .					
39	المؤتمرات والندوات كوسيلة للدعاية الانتخابية عرفتني على أهداف وبرامج واسم المرشح					
40	التلفاز أكثر وسائل الدعاية الانتخابية التي عرفتني على أهداف وبرامج واسم المرشح .					
41	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي مثلني عشائريا بحكم النسب والقرابة والعشيرة .					
42	قمت بالتصويت لصالح المرشح الذي ينتمي لنفش الحزب السياسي الذي انتمي إليه وأؤيد أفكاره وبرنامجه الانتخابي .					
43	الدعاية الانتخابية التي قام بها المرشح تختلف عن توجهاتي وأفكاري لذا لم أعيرها أي اهتمام.					

الملحق رقم (2)

قانون الانتخاب رقم (6)لسنة 2016

المـــادة (1):

يسمى هذا القانون (قانون الانتخاب لمجلس النواب لسنة 2016) ويعمل به من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية.

المـــادة (2):

يكون للكلمات والعبارات التالية حيثما وردت في هذا القانون المعاني المخصصة لها أدناه ما لم تدل القرينة على غير ذلك:–

الهيئة : الهيئة المستقلة للانتخاب.

المجلس : مجلس مفوضي الهيئة.

الرئيس : رئيس المجلس.

الدائرة : دائرة الأحوال المدنية والجوازات.

الناخب : كل أردني له الحق في انتخاب أعضاء مجلس النواب وفق أحكام هذا القانون.

المرشح : الناخب الذي تم قبول طلب ترشحه للانتخابات النيابية وفق أحكام الدستور وهذا القانون.

المقترع : الناخب الذي مارس حقه الانتخابي وفق أحكام هذا القانون.

النائب : المرشح الفائز بعضوية مجلس النواب وفق أحكام الدستور و هذا القانون.

الدائرة الانتخابية : جزء من المملكة خصص له عدد من المقاعد النيابية وفق أحكام هذا القانون والنظام الصادر بمقتضاه.

لجنة الانتخاب : اللجنة المشكلة في كل دائرة انتخابية بقرار من المجلس وفق أحكام هذا القانون

رئيس الانتخاب : رئيس لجنة الانتخاب

مركز الاقتراع والفرز : المكان الذي تحدده الهيئة في الدائرة الانتخابية لإجراء عمليتي الاقتراع والفرز 0

بطاقة الانتخاب : البطاقة التي تعتمدها الهيئة للناخب لممارسة حق الانتخاب سواء أكانت البطاقة الشخصية الصادرة عن الدائرة أم أي بطاقة ذات مواصفات خاصة .

المقيم : الأردني الذي يقع مكان اقامته المعتادة في دائرة انتخابية معينة، ولا يعتبر منقطعا عن الاقامة فيه لمجرد تغيبه عنه إذا رغب في العودة إليه في أي وقت يشاء وان كان له مكان إقامة خارج المملكة.

مفوض القائمة : الشخص الذي يفوضه خطياً جميع المرشحين في القائمة لغايات احكام هذا القانون .

التعليمات التنفيذية : التعليمات التنفيذية التي يصدرها المجلس وفق احكام هذا القانون واحكام قانون الهيئة المستقلة للانتخاب.

المــــادة (3):

أ- لكل أردني بلغ ثماني عشرة سنة شمسية من عمره قبل تسعين يوماً من التاريخ المحدد لإجراء الاقتراع الحق في انتخاب أعضاء مجلس النواب وفق أحكام هذا القانون.

ب- يوقف استعمال حق الانتخاب لمنتسبي القوات المسلحة/ الجيش العربي والمخابرات العامة والأمن العام وقوات الدرك والدفاع المدني في أثناء وجودهم في الخدمة الفعلية باستثناء المستخدم المدني.

ج- يحرم من ممارسة حق الانتخاب :-

1-المحكوم عليه بالإفلاس ولم يستعد اعتباره قانونياً .

2-المجنون او المعتوه او المحجور عليه .

د- لا تدرج الدائرة في جداول الناخبين اسم من يوقف استعمال حقه في الانتخاب او يحرم منه وفق احكام الفقرتين (ب) و (ج) من هذه المــادة.

المــــادة (4):

أ- بعد ان يصدر الملك امره باجراء الانتخابات لمجلس النواب بمقتضى احكام الدستور:

1- يتخذ المجلس خلال عشرة ايام من صدور الامر الملكي قراراً بتحديد تاريخ الاقتراع وينشر القرار في الجريدة الرسمية.

2- للمجلس أن يعين يوماً خاصاً للاقتراع لبعض الدوائر الانتخابية في غير الموعد الذي حدد وفق أحكام الفقرة (أ) من هذه المادة إذا اقتضت سلامة الانتخاب أو المصلحة العامة ذلك .

ب- بعد ان يحدد المجلس تاريخ الاقتراع تطلب الهيئة مباشرة من الدائرة اعداد جداول أولية بأسماء من يحق لهم الانتخاب بناءً على مكان اقامة الناخب في قيود الدائرة وذلك حسب الدوائر الانتخابية المحددة بمقتضى احكام هذا القانون والنظام الصادر بمقتضاه .

ج-على المحاكم تزويد الدائرة بجميع الأحكام القطعية الصادرة عنها والمتعلقة بالحجر والافلاس على أن تكون متضمنة الاسماء الكاملة والأرقام الوطنية للاشخاص الصادرة بحقهم تلك الاحكام عند نفاذ أحكام هذا القانون وفي بداية شهري كانون الثاني وتموز من كل سنة أو أي تاريخ آخر يحدده المجلس.

د-على الدائرة شطب اسماء الأشخاص المتوفين من جداول الناخبين.

هـ- تقوم الدائرة بإشعار الهيئة بالانتهاء من إعداد الجداول الأولية خلال سبعة ايام من تاريخ طلب الهيئة المشار اليه في الفقرة (ب) من هذه المــادة .

و- بعد تسلُم الهيئة للجداول الأولية للناخبين من الدائرة وفقاً لاحكام الفقرة (هـ) من هذه المــادة، تقوم الهيئة من اليوم التالي لتسلمها بعرضها على الموقع الالكتروني الخاص بها وبأي وسيلة اخرى تراها مناسبة كما تقوم بتزويد كل رئيس انتخاب بالجداول الأولية للناخبين في دائرته، وعلى رئيس الانتخاب عرضها لمدة سبعة ايام في المكان الذي يتم تحديده بمقتضى التعليمات التنفيذية، ويعلن عن مكان عرضها في صحيفتين محليتين يوميتين .

ز- خلال أربعة عشر يوماً من اليوم التالي لتاريخ عرض الجداول الأولية للناخبين وفقاً لأحكام الفقرة (و) من هذه المــادة:-

1- يحق لأي من أبناء الدائرة الانتخابية المقيمين خارجها الطلب خطياً من الدائرة تسجيل اسمه في الجدول الأولي الخاص بأبناء تلك الدائرة 0

2- اذا كان في المحافظة أكثر من دائرة انتخابية وتم تخصيص مقعد للشركس والشيشان او مقعد للمسيحيين في دائرة انتخابية او أكثر من دوائر تلك المحافظة ، فيحق لاي ناخب شركسي او شيشاني او مسيحي إذا كان مقيما في دائرة انتخابية لا يوجد فيها ذلك المقعد ، الطلب خطيا من الدائرة تسجيل اسمه في الجدول الأولي الخاص بأي دائرة انتخابية مخصص لها ذلك المقعد ضمن المحافظة نفسها.

3- اذا لم يكن في المحافظة التي يقيم فيها الشركسي او الشيشاني او المسيحي دائرة انتخابية مخصص لها مقعد للشركس والشيشان او مقعد للمسيحيين ، فله الطلب خطيا من الدائرة تسجيل اسمه في الجدول الأولي الخاص باي دائرة انتخابية في محافظة اخرى مخصص لها ذلك المقعد 0

4- لكل ناخب وجد خطأ في البيانات الخاصة به في الجداول الاولية أو طرأ تغيير على مكان إقامته تقديم طلب خطي إلى الدائرة لتصحيح الخطأ أو لمراعاة التغيير .

ح-

1- على الدائرة أن تفصل في الطلب المقدم اليها وفق احكام الفقرة (ز) من هذه المــادة خلال أربعة عشر يوماً من تاريخ تقديمه وفي حال قبوله تقوم بتعديل الجداول الأولية للناخبين .

2- تكون قرارات الدائرة برفض الطلب المشار اليه في البند (1) من هذه الفقرة قابلة للطعن لدى محكمة البداية التي تقع الدائرة الانتخابية ضمن اختصاصها خلال مدة لا تتجاوز سبعة ايام من اليوم التالي لتاريخ صدور القرار، وعلى المحكمة ان تفصل فيه خلال سبعة ايام من تاريخ وروده الى قلم المحكمة .

3- يكون القرار الصادر عن المحكمة وفق احكام البند (2) من هذه الفقرة قطعياً وعلى المحكمة

تزويد الدائرة بنسخ من القرارات الصادرة عنها خلال ثلاثة ايام من تاريخ صدورها وتتخذ الدائرة ما يلزم من إجراءات لتصويب الجداول الأولية على ضوء تلك القرارات خلال سبعة ايام من تاريخ تسلمها ووفقاً للتعليمات التنفيذية.

ط-

1- لكل ناخب ورد اسمه في الجداول الأولية للناخبين ان يعترض لدى الهيئة على تسجيل غيره في الجداول الأولية للناخبين في دائرته الانتخابية وذلك خلال مدة لا تتجاوز سبعة ايام من اليوم التالي لتاريخ عرض رؤساء الانتخاب للجداول على أن يرفق باعتراضه البينات اللازمة .

2 - على الهيئة أن تفصل في الاعتراضات المقدمة إليها وفق أحكام البند (1) من هذه الفقرة خلال سبعة ايام من تاريخ ورودها ، وان تقوم بإعداد جدول خاص بنتيجة تلك الاعتراضات سواء بقبولها أو رفضها على ان يتم عرض هذه الجداول لمدة سبعة ايام من خلال رؤساء الانتخاب.

3- تكون قرارات الهيئة الصادرة وفق أحكام البند (2) من هذه الفقرة قابلة للطعن لدى محكمة البداية التي تقع الدائرة الانتخابية ضمن اختصاصها وذلك خلال مدة لا تتجاوز سبعة ايام من اليوم التالي لتاريخ عرضها.

4- تفصل محاكم البداية في الطعون المقدمة إليها وفق أحكام هذه الفقرة خلال سبعة ايام من تاريخ ورودها قلم المحكمة ويكون قرارها قطعياً، وعلى المحكمة تزويد الهيئة بنسخ من القرارات الصادرة عنها خلال ثلاثة أيام من تاريخ صدورها وتقوم الهيئة فورا بإرسال نسخ من تلك القرارات إلى الدائرة لاتخاذ ما يلزم من اجراءات لتصويب الجداول الأولية للناخبين خلال سبعة ايام من تاريخ تسلمها.

ي- تحدد التعليمات التنفيذية أي احكام واجراءات ووثائق ثبوتيه لازمة لتنفيذ احكام الفقرات (ز) و (ح) و (ط) من هذه المــادة .

ك- إذا قررت الهيئة اعتماد بطاقة انتخاب غير البطاقة الشخصية فيتم تحديد إجراءات إصدارها وتسليمها للناخبين والاقتراع بموجبها بمقتضى التعليمات التنفيذية .

المــادة (5):

بعد انتهاء الاجراءات والمواعيد المنصوص عليها في المــادة (4) من هذا القانون وتصويب الأوضاع على ضوء ما صدر من قرارات، تقوم الدائرة بإرسال جداول الناخبين إلى الهيئة لاعتمادها خلال ثلاثة ايام من اليوم التالي لتاريخ ورودها اليها، وللمجلس تمديد هذه المدة بقرار مسبب لمدة مماثلة .

المـــادة (6):

أ-عند اعتماد المجلس جداول الناخبين المرسلة اليه من الدائرة وفق أحكام المـــادة (5) من هذا القانون، تعتبر هذه الجداول جداول نهائية للناخبين ولا يجوز اجراء أي تعديل عليها بأي حال من الأحوال وتجرى الانتخابات النيابية بمقتضاها.

ب- تنشر الهيئة الجداول النهائية للناخبين على الموقع الالكتروني الخاص بها وبأي طريقة أخرى تحددها التعليمات التنفيذية وتزود كل رئيس انتخاب بالجداول النهائية للناخبين في دائرته.

المـــادة (7):

أ- لغايات أي انتخابات نيابية عامة تجرى بعد نفاذ أحكام هذا القانون ، يراعى ما يلي:-

1- تعتبر الجداول النهائية للانتخابات النيابية السابقة التي جرت قبل نفاذ أحكام هذا القانون جداول أولية لغايات اي انتخابات نيابية تليها ، وللمجلس إصدار ما يراه لازماً من التعليمات التنفيذية لتطبيق أحكام الفقرات (ج) و(د) و(ز) و(ح) و(ط) من المـــادة (4) من هذا القانون على تلك الجداول.

2- على الهيئة تحديث جداول الناخبين سنوياً بأي اجراءات تراها مناسبة بالتنسيق مع الدائرة بما يتفق واحكام هذا القانون والتعليمات التنفيذية الصادرة بمقتضاه 0

ب- تعتمد الجداول النهائية للناخبين في الانتخابات العامة لغايات أي انتخابات فرعية تتم وفقاً لاحكام هذا القانون .

المـــادة (8):

أ- تقسم المملكة إلى دوائر انتخابية يخصص لها مائة وخمسة عشر مقعداً وفقا لنظام خاص يصدر لهذه الغاية على أن يتضمن ما يلي.

تقسيم الدوائر الانتخابية:

المحافظة	**عدد الدوائر الانتخابية**
1- العاصمة :	خمس دوائر
2- محافظة اربد:	أربع دوائر
3-محافظة البلقاء:	دائرة واحدة
4-محافظة الكرك:	دائرة واحدة
5- محافظة معان :	دائرة واحدة
6-محافظة الزرقاء :	دائرتان
7-محافظة المفرق:	دائرة واحدة
8-محافظة الطفيلة :	دائرة واحدة

9- محافظة مادبا : دائرة واحدة

10- محافظة جرش : دائرة واحدة

11- محافظة عجلون : دائرة واحدة

12- محافظة العقبة : دائرة واحدة

13- بدو الشمال: دائرة واحدة

14- بدو الوسط: دائرة واحدة

15- بدو الجنوب: دائرة واحدة

ب-إضافة إلى المقاعد النيابية المنصوص عليها في الفقرة (أ) من هذه المــادة يخصص للنساء خمسة عشر مقعدا بواقع مقعد واحد لكل محافظة.

ج- لغايات هذا القانون تعامل كل دائرة من دوائر البادية الثلاث (الشمالية والوسطى والجنوبية) معاملة المحافظة .

المــادة (9):

أ- يتم الترشح لملء المقاعد النيابية المخصصة للدائرة الانتخابية بطريق القائمة النسبية المفتوحة .

ب-مع مراعاة احكام البند (2) من الفقرة (د) من هذه المــادة ، يجب ان تضم القائمة عدداً من المرشحين لا يقل عن ثلاث ولا يتجاوز عدد المقاعد النيابية المخصصة للدائرة الانتخابية.

ج- يقوم الناخب بالإدلاء بصوته لقائمة واحدة فقط من القوائم المرشحة أولا ثم يصوت لكل واحد من المرشحين ضمن هذه القائمة أو لعدد منهم.

د-1- على المرشحين عن المقاعد المخصصة للشركس والشيشان والمسيحيين ان يترشحوا ضمن قوائم في الدوائر الانتخابية التي خصص لهم فيها مقاعد .

2- على المرشحات عن المقعد المخصص للنساء الترشح ضمن قوائم و لا تعتبر المرشحة وفقاً لأحكام هذا البند من ضمن الحد الأعلى للمرشحين في القائمة .

المــادة (10):

يشترط فيمن يترشح لعضوية مجلس النواب ما يلي :-

أ- ان يكون أردنيا منذ عشر سنوات على الاقل.

ب-ان لا يحمل جنسية دولة اخرى.

ج-ان يكون قد اتم ثلاثين سنة شمسية من عمره في يوم الاقتراع 0

د-ان لا يكون محكوما عليه بالإفلاس ولم يستعد اعتباره قانونيا.

هـ- ان لا يكون محجورا عليه ولم يرفع الحجر عنه.

و– ان لا يكون محكوما عليه بالسجن مدة تزيد على سنة واحدة بجريمة غير سياسية ولم يعف عنه.

ز– ان لا يكون مجنونا او معتوها.

ح– ان لا يكون من اقارب الملك في الدرجة التي تعين بقانون خاص.

ط– ان لا يكون متعاقدا مع الحكومة او المؤسسات الرسمية العامة او الشركات التي تملكها او تسيطر عليها الحكومة او اي مؤسسة رسمية عامة سواء كان هذا التعاقد بطريقة مباشرة او غير مباشرة باستثناء ما كان من عقود استئجار الاراضي والاملاك ومن كان مساهما في شركة اعضاؤها اكثر من عشرة اشخاص.

المـــادة (11):

أ– على من ينوي الترشح لعضوية مجلس النواب من المذكورين تالياً ان يستقيل قبل ستين يوماً على الاقل من الموعد المحدد للاقتراع:–

1–الوزراء وموظفو الوزارات والدوائر الحكومية والمؤسسات والهيئات الرسمية والعامة.

2–موظفو الهيئات العربية والإقليمية والدولية.

3– أمين عمان وأعضاء مجلس امانة عمان وموظفو الامانة.

4– رؤساء مجالس المحافظات والبلدية والمحلية وأعضائها وموظفوها .

ب– على الرغم مما ورد في الفقرة (أ) من هذه المادة، تكون مدة تقديم الاستقالة لأي من المذكورين فيها من غير الوزراء خمسة عشر يوماً قبل الموعد المحدد لتقديم طلبات الترشح لأي انتخابات فرعية تجرى وفقاً لاحكام هذا القانون.

المـــادة (12):

أ– على كل من يرغب في الترشح لعضوية مجلس النواب ان يكون مسجلا في أحد الجداول النهائية للناخبين وأن يدفع مبلغ خمسمائة دينار غير قابل للاسترداد يقيد إيرادا للخزينة.

ب– تلتزم القائمة بدفع مبلغ ألفي دينار تأميناً للالتزام بالأحكام المتعلقة بالدعاية الانتخابية المنصوص عليها في هذا القانون ويكون المبلغ المدفوع قابلاً للاسترداد في حال رفض طلب الترشح أو عدم مخالفة القائمة لتلك الأحكام .

المـــادة (13):

لا يجوز لأي شخص ان يرشح نفسه لعضوية مجلس النواب الا في دائرة انتخابية واحدة وفي قائمة واحدة .

المـــادة (14):

يبدأ الترشح لعضوية مجلس النواب في التاريخ الذي يحدده المجلس على ان يكون قبل التاريخ المحدد لإجراء الاقتراع بخمسة وعشرين يوما على الأقل ، ويستمر لمدة ثلاثة ايام خلال اوقات الدوام الرسمي ولا يقبل اي طلب ترشح يقدم بعد انتهاء هذه المدة.

المـــادة (15):

أ- يقدم طلب الترشح في اي دائرة انتخابية إلى رئيس الانتخاب بحضور جميع المرشحين في القائمة دفعة واحدة على النموذج الذي يعتمده المجلس مع ذكر اسم القائمة التي سيترشحون ضمنها واسماء اعضائها ورمزها ومفوض القائمة، مرفقين الوثائق الثبوتية وسائر البيانات المطلوبة بمقتضى أحكام هذا القانون والتعليمات التنفيذية الصادرة بمقتضاه، ويعطى المرشحون إشعارا بذلك0

ب- يحق استخدام اسم القائمة ذاتها ورمزها في أي دائرة انتخابية أخرى بناءً على اتفاق مسبق بين القوائم يودع لدى الهيئة.

ج- تتم الاشارة خلال العملية الانتخابية الى القائمة الواردة بطلب الترشح المقدم وفق احكام هذه المادة باستعمال اسم القائمة ورمزها.

د- على رئيس الانتخـــــاب إحالة طلبات الترشـــح والوثائق والبـــــيانات المرفقة بها إلى المجلس يوما بيوم بالوسيلة التي تحددها التعليمات التنفيذية.

هـ-1- يصدر المجلس قراره بقبول الطلب أو رفضه كاملا او قبول او رفض اسم او اكثر من طالبي الترشح المذكورين في القائمة الواردة في طلب الترشح أو اسم القائمة أو رمزها وذلك خلال سبعة أيام من اليوم التالي لتاريخ تسلمه الطلب، وإذا قرر المجلس رفض طلب الترشح لأي سبب فعليه بيان أسباب الرفض وعلى الرئيس او من يفوضه تبليغ طالب الترشح قرار الرفض بالطريقة التي تحددها التعليمات التنفيذية 0

2- لمفوض القائمة ولأي من طالبي الترشح الواردين في القائمة الطعن في قرار الرفض لدى محكمة الاستئناف التي تقع الدائرة الانتخابية ضمن اختصاصها خلال ثلاثة أيام من اليوم التالي لتاريخ التبليغ مرفقاً الطعن ببينات واضحة ومحددة، وعلى المحكمة الفصل في هذا الطعن خلال ثلاثة أيام من اليوم التالي لتاريخ تقديم الطعن لديها ، ويكون قرارها بشأن هذا الطعن قطعيا، ويتم تبليغه الى الرئيس فور صدوره .

المـــادة (16):

أ- تسجل الهيئة طلبات الترشح التي تم قبولها من المجلس او التي صدر قرار من محكمة الاستئناف بقبولها في سجل خاص لكل دائرة انتخابية على حدة وفقا لتاريخ تقديم كل منها ووقته

وعلى الهيئة تنظيم قائمة بأسماء القوائم وأسماء المرشحين للدائرة الانتخابية على أساس ذلك السجل.

ب- يتخذ الرئيس الإجراءات اللازمة لعرض أسماء القوائم وأسماء المرشحين للدوائر الانتخابية الذين تم قبول طلباتهم على الموقع الالكتروني للهيئة وفي مركز المحافظة وفي صحيفتين محليتين يوميتين و أي وسيلة أخرى يراها مناسبة.

ج- 1- لكل ناخب حق الطعن في قرار المجلس بقبول طلب ترشح اي قائمة او بقبول أي من أسماء المرشحين في القائمة الواردة في طلب الترشح في دائرته الانتخابية لدى محكمة الاستئناف المختصة.

2- يقدم الطعن المنصوص عليه في البند (1) من هذه الفقرة خلال ثلاثة ايام من اليوم التالي لتاريخ عرض قوائم واسماء المرشحين المنصوص عليها في الفقرة (ب) من هذه المـــادة على ان يكون مرفقاً ببينات واضحة ومحددة، وعلى المحكمة الفصل في هذا الطعن خلال ثلاثة ايام من اليوم التالي لتاريخ تقديمه اليها ويكون قرارها بشأنه قطعيا ويتم تبليغه الى الرئيس فور صدوره.

د- على المجلس اتخاذ الإجراءات اللازمة لعرض التعديلات التي أدخلت على قوائم وأسماء المرشحين بموجب قرارات محاكم الاستئناف الصادرة بمقتضى أحكام البند (2) من الفقرة (ج) من هذه المـــادة فور تبلغها وذلك بالطريقة ذاتها التي يتم بموجبها عرض قوائم وأسماء المرشحين بمقتضى أحكام الفقرة (ب) من هذه المـــادة ، وتعتبر هذه القوائم والأسماء نهائية للمرشحين للانتخابات النيابية.

المـــادة (17):

أ- يجوز لأي مرشح في دائرة انتخابية أن يسحب ترشحه بتقديم طلب خطي إلى رئيس الانتخاب في تلك الدائرة.

ب- يشترط تقديم طلب الانسحاب وفق أحكام الفقرة (أ) من هذه المـــادة قبل عشرة أيام من اليوم المحدد للاقتراع.

ج- على الهيئة الإعلان عن سحب اسم أي مرشح في الدائرة الانتخابية على موقعها الالكتروني وفي صحيفتين محليتين يوميتين وأي وسيلة أخرى يراها المجلس مناسبة.

د- اذا قل عدد المرشحين في القائمة عن الحد الأدنى المنصوص عليه في الفقرة (ب) من المادة (9) من هذا القانون نتيجة الانسحاب او الوفاة أو فقدان أي شرط من شروط الترشح المنصوص عليها في أحكام المادة (10) من هذا القانون فتعتبر القائمة مستوفية للشروط المنصوص عليها في هذا القانون .

المـــادة (18):

اذا تبين ان عدد المرشحين في الدائرة الانتخابية مساو لعدد المقاعد النيابية المخصصة لتلك الدائرة او للمقاعد المخصصة للنساء او للشركس والشيشان او للمسيحيين يقرر المجلس فوز أولئك المرشحين بالتزكية عند اعلان النتائج النهائية للانتخابات.

المـــادة (19):

تعفى الاستدعاءات والاعتراضات والطعون التي تقدم بموجب احكام هذا القانون والنظام والتعليمات التنفيذية الصادرة بمقتضاه بما في ذلك الدفع بعدم دستورية القوانين والأنظمة وكذلك القرارات الصادرة عن اللجان والهيئات والمحاكم من أي رسوم وطوابع بما فيها رسوم الوكالات للمحامين.

المـــادة (20):

تكون الدعاية الانتخابية حرة وفقا لأحكام القانون ويسمح القيام بها من تاريخ بدء الترشح وفق أحكام المـــادة (14) من هذا القانون وتنتهي قبل أربع وعشرين ساعة من اليوم المحدد للاقتراع.

ب–تحدد الأحكام والأسس والضوابط المتعلقة بالدعاية الانتخابية بما في ذلك ضوابط الإنفاق المالي بموجب التعليمات التنفيذية.

المـــادة (21):

أ– على وسائل الإعلام الرسمية معاملة جميع المرشحين خلال مدة الدعاية الانتخابية بحياد ومساواة.

ب– على المرشح عند ممارسته الدعاية الانتخابية الالتزام بما يلي :–

1–احكام الدستور واحترام سيادة القانون.

2–احترام حرية الرأي والفكر لدى الآخرين.

3–المحافظة على الوحدة الوطنية وأمن الوطن واستقراره وعدم التمييز بين المواطنين.

4–عدم إجراء الدعاية الانتخابية في الوزارات والدوائر الحكومية والمؤسسات الرسمية والعامة والمؤسسات التعليمية ودور العبادة.

5–عدم التعرض لأي دعاية انتخابية لغيره من المرشحين سواء بصورة شخصية او بوساطة أعوانه ومؤيديه في حملته الانتخابية.

المـــادة (22):

أ–1– للمرشحين نشر الإعلانات والبيانات المتضمنة أهدافهم وخططهم وبرامج عملهم شريطة أن تحمل أسماءهم الصريحة، وتعفى هذه الإعلانات والبيانات من الترخيص والرسوم.

2- لا يجوز استعمال شعار الدولة الرسمي في الاجتماعات والإعلانات الانتخابية وفي سائر أنواع الكتابات والرسوم والصور التي تستخدم في الدعاية الانتخابية، كما يمنع استعمال مكبرات الصوت على وسائط النقل.

3- تحدد الأماكن المخصصة للدعاية الانتخابية من مجلس أمانة عمان الكبرى والمجالس البلدية والمحلية ومن في حكمها ويحظر إلصاق أي إعلان أو بيان انتخابي أو وضعه على أعمدة الهاتف والكهرباء والشواخص المرورية والأملاك العامة بما في ذلك الصور والرسوم والكتابات ، كما يحظر الصاق أي إعلان أو بيان انتخابي على الجدران أو وضع أي إعلان أو بيان انتخابي او تركيبه بطريقة تضر بالسلامة العامة ، ولوزارة الاشغال العامة والاسكان ومجلس أمانة عمان الكبرى والمجالس البلدية والمحلية ومن في حكمها الحق في إزالة أي مخالفة لأحكام هذا البند في اي وقت على نفقة من تتعلق بهم تلك الملصقات أو الصور او الرسوم او الكتابات من المرشحين دون الحاجة إلى إنذارهم.

4- لا يجوز أن تتضمن الخطابات والبيانات والإعلانات ووسائل الدعاية الانتخابية الإساءة لأي مرشح أو لأي شخص آخر بصورة مباشرة أو غير مباشرة أو إثارة النعرات الدينية أو الطائفية أو القبلية أو الإقليمية أو الجهوية أو العنصرية بين المواطنين.

5- يحظر إقامة المهرجانات والتجمعات على مسافة تقل عن مائتي متر من مراكز الاقتراع والفرز.

ب- للهيئة أو لرؤساء الانتخاب الطلب من وزارة الأشغال العامة والإسكان أو مجلس أمانة عمان الكبرى أو المجالس البلدية أو المحلية ومن في حكمها إزالة أي إعلان أو بيان انتخابي من أي مكان إذا وجد أنه مخالف لأحكام القانون 0

المـــادة (23):

يحظر على موظفي الحكومة والمؤسسات الرسمية والعامة وأمين عمان وأعضاء مجلس الأمانة وموظفيها ورؤساء مجالس المحافظات و البلدية والمحلية وأعضائها وموظفيها القيام بالدعاية الانتخابية لصالح أي من المرشحين في أماكن عملهم ، كما يحظر استخدام أي من الوسائل والموجودات المملوكة لهذه المؤسسات في الدعاية الانتخابية لأي مرشح 0

المـــادة (24):

يحظر على أي مرشح أن يقدم خلال قيامه بالدعاية الانتخابية هدايا أو تبرعات أو مساعدات نقدية أو عينية أو غير ذلك من المنافع أو يعد بتقديمها لشخص طبيعي أو اعتباري سواء كان ذلك بصورة مباشرة أو بالوساطة كما يحظر على أي شخص أن يطلب لنفسه او لغيره أي هدايا أو تبرعات أو مساعدات أو الوعد بها من أي مرشح.

المـــادة (25):

أ- تشكل بقرار من المجلس لكل دائرة انتخابية لجنة انتخاب يعين رئيسها وأعضاؤها في قرار تشكيلها للقيام بالمهام المنصوص عليها في هذا القانون والأنظمة والتعليمات التنفيذية الصادرة بمقتضاه.

ب- يقسم رئيس الانتخاب وأعضاء لجنة الانتخاب قبل مباشرتهم العمل أمام الرئيس أو أي من أعضاء المجلس اليمين التالية : -

" اقسم بالله العظيم أن أقوم بالمهام الموكولة إلي بأمانة ونزاهة وحياد."

المـــادة (26):

أ-على الهيئة أن تصدر قبل موعد الاقتراع بسبعة أيام على الأقل قرارا تحدد فيه مراكز الاقتراع والفرز في كل دائرة انتخابية مع بيان عدد صناديق الاقتراع والفرز في كل مركز على أن ينشر القرار على الموقع الالكتروني للهيئة وفي صحيفتين محليتين يوميتين وفي أي مكان تراه الهيئة مناسبا.

ب- على رئيس لجنة الاقتراع والفرز ان يعلن نتيجة فرز صندوق الاقتراع فور الانتهاء من عملية الفرز.

المـــادة (27):

يكون الانتخاب عاما سريا ومباشرا.

المـــادة (28):

يدلي الناخب بصوته في مركز الاقتراع والفرز المخصص له ضمن دائرته الانتخابية.

ب-تتخذ الهيئة التدابير والإجراءات اللازمة لضمان ممارسة العاملين في العملية الانتخابية حقهم في الاقتراع وفق تعليمات تنفيذية تصدرها لهذه الغاية.

المـــادة (29):

أ-يحدد المجلس إجراءات تعيين رؤساء لجان الاقتراع والفرز وأعضائها للدائرة الانتخابية على ان يكونوا من موظفي الحكومة والمؤسسات الرسمية والعامة وأن لا تكون لأي منهم قرابة أو مصاهرة حتى الدرجة الثانية مع أحد المرشحين في تلك الدائرة.

ب- يقسم رؤساء لجان الاقتراع والفرز وأعضاؤها أمام لجنة الانتخاب وقبل مباشرتهم عملهم اليمين المنصوص عليها في الفقرة (ب) من المـــادة (25) من هذا القانون.

ج- إذا حالت ظروف دون قيام رئيس لجنة الاقتراع والفرز أو أي من أعضائها بمهامه أو إذا تم استبعاد أي منهم لأي سبب فتحدد التعليمات التنفيذية إجراءات تعيين من يحل محله.

المـــادة (30):

يبدأ الاقتراع في الساعة السابعة من صباح اليوم المحدد لذلك وينتهي في الساعة السابعة من مساء اليوم ذاته، ويجوز بقرار من المجلس أو من يفوضه تمديد مدة الاقتراع في أي دائرة انتخابية لمدة لا تزيد على ساعتين إذا تبين وجود ضرورة لذلك.

المـــادة (31):

لكل مرشح أو مفوض قائمة أو من ينتدبه خطيا أي منهما حضور عملية الاقتراع والفرز في الدائرة الانتخابية ومراقبتها ولا يجوز أن يكون لأي مرشح أو مفوض قائمة أكثر من مندوب واحد عند كل صندوق.

المـــادة (32):

على رئيس لجنة الاقتراع والفرز أن يمنع في مركز الاقتراع والفرز القيام بأي عمل من شأنه التأثير في حسن سير العملية الانتخابية وله الحق في أن يطلب من أي شخص يقوم بذلك مغادرة مركز الاقتراع والفرز وأن يطلب من أفراد الأمن إخراجه إذا رفض ذلك.

المـــادة (33):

يكون الاقتراع على النموذج الذي يعتمده المجلس لورقة الاقتراع على أن تختم كل ورقة اقتراع بخاتم الدائرة الانتخابية المعنية وتوقع من رئيس لجنة الاقتراع والفرز.

المـــادة (34):

يكون صندوق الاقتراع وفقا للمواصفات المعتمدة من المجلس.

المـــادة (35):

على رئيس لجنة الاقتراع والفرز وقبل بدء الاقتراع، اطلاع الحضور على خلو صندوق الاقتراع، ويقوم بقفله وينظم محضرا بذلك موقعا منه ومن جميع أعضاء اللجنة ومن يرغب من المرشحين او مندوبيهم الحاضرين.

المـــادة (36):

يخصص لصندوق الاقتراع في الدائرة الانتخابية معزل أو أكثر يكون مزودا بأقلام وبقوائم المرشحين وأسمائهم في الدائرة الانتخابية وفق المـــادة (16) من هذا القانون.

المـــادة (37):

يمارس الناخب حقه في الانتخاب وفقاً لما يلي :-

أ-عند حضور الناخب أمام لجنة الاقتراع والفرز تتحقق اللجنة من شخصية الناخب كما تتحقق

من وجود اسم الناخب في الجدول النهائي للناخبين في الدائرة الانتخابية بوساطة أجهزة الحاسوب والجداول الورقية، ويتم التأشير على تلك الجداول الكترونيا وخطيا بان الناخب قد مارس حقه الانتخابي 0

ب- يسلم رئيس لجنة الاقتراع والفرز أو أحد عضويها المقترع ورقة الاقتراع.

ج- يقوم المقترع :

1- بالتأشير في المكان المخصص لاسم أو رقم او رمز قائمة واحدة من القوائم المرشحة في الدائرة الانتخابية .

2- بالتأشير في المكان المخصص لاسم او اكثر من اسماء المرشحين من القائمة التي أشر عليها فقط.

د -يقوم المقترع بوضع ورقة الاقتراع في الصندوق المخصص لها على مرأى من اللجنة والحاضرين 0

هـ- على المقترع ان يضع اصبعه بمادة الحبر المخصصة لذلك.

و- على الرغم مما ورد في الفقرات (ب) و(ج) و (د) و(هـ) من هذه المـــادة، للمجلس أن يقرر إجراء عملية الاقتراع أو الفرز أو كليهما بوسائل الكترونية تحدد أحكامها وشروطها بموجب تعليمات تنفيذية تصدر لهذه الغاية.

المـــادة (38):

تحدد التعليمات التنفيذية طريقة اقتراع الناخب الذي يدعي الأمية أو عدم القدرة على الكتابة بما يتوافق مع سرية الانتخاب المنصوص عليها في المـــادة (67) من الدستور.

المـــادة (39):

تحدد التعليمات التنفيذية الإجراءات التي تمكن الأشخاص المعوقين من ممارسة حقهم في الانتخاب .

المـــادة (40):

تتولى لجنة الاقتراع والفرز الفصل في الاعتراضات التي يقدمها مفوضو القوائم أو المرشحون أو مندوبوهم بخصوص تطبيق أحكام الاقتراع وفق أحكام هذا القانون والتعليمات التنفيذية الصادرة بمقتضاه، وتكون قراراتها نافذة فور صدورها على أن يتم تدوينها في محضر خاص بذلك.

المـــادة (41):

بعد الانتهاء من عملية الاقتراع، تنظم لجنة الاقتراع والفرز لكل صندوق محضرا على نسختين يتم توقيعهما من رئيس اللجنة وأعضائها وممن يرغب من الحاضرين من المرشحين أو مندوبيهم

على أن يتضمن المحضر ما يلي :-

أ-اسم مركز الاقتراع والفرز.

ب-رقم الصندوق.

ج-عدد أوراق الاقتراع التي تسلمتها اللجنة 0

د-عدد الناخبين الذين مارسوا حق الاقتراع.

هـ-عدد الأوراق التي استعملت في الاقتراع والأوراق التي لم تستعمل أو ألغيت أو أتلفت وسبب ذلك.

المـــادة (42):

تقوم لجنة الاقتراع والفرز بفتح كل صندوق أمام الحضور وتحصي الأوراق الموجودة بداخله ويقرأ رئيس اللجنة أو أي من أعضائها الورقة بصوت واضح ويعرضها بصورة واضحة للحضور ويتم تدوين الأصوات التي حصلت عليها كل قائمة والأصوات التي حصل عليها كل مرشح من مرشحي القوائم وتسجيلها على لوحة ظاهرة أمام الحضور.

المـــادة (43):

أ- تعتبر ورقة الاقتراع باطلة في أي من الحالات التالية :-

1- اذا كانت غير مختومة بخاتم الدائرة الانتخابية او غير موقعة من رئيس لجنة الاقتراع والفرز.

2- اذا تضمنت الورقة عبارات معينة او اضافات تدل على اسم المقترع.

3-اذا لم يكن بالإمكان تحديد القائمة او المرشحين الذين تم التأشير عليهم.

4- اذا تم التأشير في ورقة الاقتراع على أكثر من قائمة 0

ب- على الرغم مما ورد في الفقرة (ج) من المادة (9) من هذا القانون لا تعتبر ورقة الاقتراع باطلة :

1- اذا تم التأشير على قائمة دون التأشير على اسماء أي مرشحين فيها .

2- اذا تم التأشير على أي من أسماء المرشحين فيها دون التأشير على اسم القائمة .

ج- يحتسب التأشير المذكور في البندين (1) و(2) من الفقرة (ب) من هذه المادة صوتاً للقائمة وصوتاً لكل مرشح مؤشر له.

د-إذا تبين بعد فرز الاصوات ان عدد الاوراق المختومة والموقعة من رئيس لجنة الاقتراع والفرز تزيد أو تقل بنسبة تتجاوز (3%) من عدد المقترعين في ذلك الصندوق فعلى رئيس لجنة الاقتراع والفرز إشعار رئيس الانتخاب فورا بذلك والذي يقوم بدوره بإشعار الرئيس ليتخذ المجلس القرار وفقا للتعليمات التنفيذية التي تضعها الهيئة 0

المــادة (44):

تتولى لجنة الاقتراع والفرز الفصل في الاعتراضات التي يقدمها مفوضو القوائم أو المرشحون او مندوبوهم في أثناء إجراء عملية فرز الأصوات وتكون قراراتها بشأنها نافذة فور صدورها على أن يتم تدوينها في محضر خاص بذلك.

المــادة (45):

أ- بعد الانتهاء من عملية فرز الأصوات تنظم لجنة الاقتراع والفرز محضر من خمس نسخ وفقا للنموذج المعتمد من المجلس ويوقع من رئيس اللجنة واعضائها وممن يرغب من الحاضرين من المرشحين او مندوبيهم 0

ب-يتضمن المحضر ما يلي :-

1- اسم مركز الاقتراع والفرز.

2- رقم الصندوق.

3- عدد أوراق الاقتراع التي تسلمتها اللجنة.

4-عدد المقترعين في الصندوق.

5-عدد الأصوات التي حصلت عليها كل قائمة.

6- أسماء المرشحين وعدد الاصوات التي حصل عليها كل مرشح من مرشحي القوائم.

7- عدد أوراق الاقتراع البيضاء والباطلة وسبب بطلانها.

8- اسماء كل من مفوضي القوائم و المرشحين ومندوبيهم واسماء المراقبين.

ج - ترفق بالمحضر قوائم المقترعين وأوراق الاقتراع التي استعملت والتي لم تستعمل والتي تم اعتبارها باطلة أو بيضاء ، ويتم رزمها في مغلف يسلم في الحال إلى رئيس الانتخاب.

المــادة (46):

أ- يحدد الفائزون بالمقاعد النيابية وفقاً لما يلي :-

1- تحصل كل قائمة على مقاعد في الدائرة الانتخابية بنسبة عدد الأصوات التي حصلت عليها من مجموع المقترعين في الدائرة الانتخابية الى عدد المقاعد المخصصة للدائرة الانتخابية .

2- يحدد الفائزون بالمقاعد المشار اليها في البند (1) من هذه الفقرة على أساس أعلى الأصوات التي حصل عليها المرشحون في القائمة من غير المرشحين المشار إليهم في البند (1) من الفقرة (د) من المادة (9) من هذا القانون.

3- يحدد الفائزون بالمقاعد المشار اليها في البند (1) من الفقرة (د) من المادة (9) من هذا القانون على أساس أعلى الأصوات التي حصل عليها المرشح في الدائرة الانتخابية.

4- تحدد الفائزة بالمقعد المخصص للنساء في كل محافظة على أساس أعلى الأصوات التي

نالتها المرشحة من مجموع أصوات المقترعين في دائرتها الانتخابية ، واذا كانت المحافظة مقسمة الى اكثر من دائرة انتخابية تحدد الفائزة بالمقعد على اساس اعلى نسبة عدد اصوات نالتها أي من المرشحات في دائرتها من بين دوائر تلك المحافظة.

ب- في حال تعذر إكمال ملء المقاعد بالارقام الصحيحة غير الكسرية وفقاً لاحكام البند (1) من الفقرة (أ) من هذه المادة يتم اعتماد طريقة الباقي الاعلى لملء هذه المقاعد .

ج- اذا تساوت نسبة الأصوات بين قائمتين او اكثر او تساوت بين مرشحين اثنين او أكثر فيجري الرئيس القرعة بين المتساوين في نسبة الأصوات او عددها ويتم تنظيم محضر بنتيجة ذلك يوقعه الرئيس والمرشحون او مندوبيهم ان وجدوا.

المـــادة (47):

تتولى لجنة الانتخاب ما يلي :-

أ- جمع الأصوات التي حصلت عليها كل قائمة .

ب-جمع الأصوات التي حصل عليها كل مرشح من المرشحين في القوائم .

ج-تنظيم محضر من خمس نسخ بالنتائج وارسال نسخة منه إلى الهيئة مرفقاً بها قرارات اللجنة والأوراق المتعلقة بالعملية الانتخابية في تلك الدائرة.

المـــادة (48):

أ- يشكل المجلس لجنة خاصة او اكثر تقوم بتدقيق النتائج الأولية لانتخابات الدوائر الانتخابية و إعلان أسماء الفائزين بالمقاعد النيابية لكل دائرة انتخابية ورفعها إلى الرئيس لعرضها على المجلس .

ب- يعلن رئيس اللجنة الخاصة امام الحضور اسماء الفائزات بالمقاعد المخصصة للنساء ويعتبر هذا الإعلان نتيجة أولية للانتخابات بشأن هذه المقاعد .

ج- تنظم اللجنة الخاصة محضرا بجميع الاجراءات التي اتخذتها والنتائج الأولية التي توصلت إليها وفقا لأحكام الفقرتين (أ) و(ب) من هذه المـــادة وترفعه الى الرئيس لعرضه على المجلس.

المـــادة (49):

إذا تبين للمجلس وقوع خللفي عملية الاقتراع أو الفرز في أحد مراكز الاقتراع والفرز من شأنه التأثير في أي من النتائج الأولية للانتخابات في الدائرة الانتخابية فله إلغاء نتائج الانتخاب في ذلك المركز حسب مقتضى الحال وإعادة عمليتي الاقتراع والفرز في ذلك المركز في الوقت والكيفية التي يراها مناسبة.

المـــادة (50):

أ- عندما يقرر المجلس اعتماد النتائج الأولية للانتخابات في الدوائر الانتخابية تعتبر نتائج نهائية للانتخابات في تلك الدوائر.

ب- عندما يقرر المجلس اعتماد النتائج الأولية للانتخابات بشأن المقاعد المخصصة للنساء، تعتبر نتائج نهائية لمقاعد النساء في المملكة.

المـــادة (51):

أ- يعلن المجلس النتائج النهائية للانتخابات ويتم نشرها في الجريدة الرسمية.

ب- يصدر الرئيس لكل فائز بالانتخابات شهادة بانتخابه.

المـــادة (52):

تحتفظ الهيئة بالصناديق الانتخابية ومحاضر اللجان الانتخابية بمختلف أنواعها وأوراق الاقتراع لمدة سنة واحدة بعد إعلان النتائج النهائية للانتخابات.

المـــادة (53):

يتم الطعن في صحة نيابة أعضاء مجلس النواب وفق احكام المـــادة (71) من الدستور.

المـــادة (54):

مع مراعاة أحكام المـــادة (53) من هذا القانون:-

أ-اذا شغر اي مقعد من مقاعد مجلس النواب لأي سبب فيتم إشغال هذا المقعد من احد مرشحي القائمة التي فاز منها صاحب المقعد الشاغر، وذلك حسب عدد أصوات كل مرشح فيها واذا تعذر ذلك فيتم اشغال المقعد الشاغر من احد مرشحي القائمة التي تليها مباشرة حسب النسبة التي حصلت عليها .

ب- اذا شغر أي مقعد مخصص للنساء في مجلس النواب لأي سبب فتشغله المرشحة التي تلي صاحبة المقعد الشاغر مباشرة حسب ما ورد في البند (4) من الفقرة (أ) من المادة (46) من هذا القانون .

ج- اذا شغر أي مقعد مخصص للشركس و الشيشان أو المسيحيين في مجلس النواب لأي سبب فيشغله المرشح الذي يلي صاحب المقعد الشاغر مباشرة بعدد أعلى الأصوات التي حصل عليها في دائرته الانتخابية.

د- اذا تعذر ملء المقعد الشاغر في أي من الفقرات (أ) و (ب) و (ج) من هذه المادة فيتم ملؤه بالانتخاب الفرعي في الدائرة الانتخابية التي شغر مقعدها دون التقيد بالحد الأدنى المنصوص عليه في الفقرة (ب) من المادة (9) من هذا القانون وخلال مدة لا تتجاوز ستين يوما من تاريخ

إشعار مجلس النواب الحكومة أو الهيئة بشغور المقعد .
هـ- يكمل اعضاء مجلس النواب المشار إليهم في الفقرات (أ) و (ب) و (ج) و (د) من هذه المادة المدة المتبقية لمن شغر مقعده .

المـــادة (55):

أ-يمنع دخول مراكز الاقتراع والفرز من غير المصرح لهم بدخول هذه المراكز بموجب احكام هذا القانون ولرئيس لجنة الاقتراع والفرز اخراج المخالف من المركز فورا.
ب- إذا امتنع الشخص المخالف عن الخروج من مركز الاقتراع والفرز فيعاقب بالحبس مده لا تقل عن شهر ولا تزيد على ستة أشهر أو بغرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تزيد على ثلاثمائة دينار او بكلتا هاتين العقوبتين.

المـــادة (56):

يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تزيد على سنة أو بغرامة لا تقل عن مائتي دينار ولا تزيد على خمسمائة دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين كل من ارتكب أيا من الأفعال التالية:-
أ- حمل سلاحا ناريا وان كان مرخصا أو أي أداة تشكل خطرا على الأمن والسلامة العامة في أي مركز من مراكز الاقتراع والفرز يوم الانتخاب.
ب- ادعى العجز عن الكتابة أو عدم معرفتها وهو ليس كذلك.
ج - ارتكب أي عمل من الأعمال المحظورة المنصوص عليها في الفقرة (ب) من المـــادة (21) أو في المادتين (22) أو (23) من هذا القانون.

المـــادة (57):

يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ستة أشهر ولا تزيد على ثلاث سنوات أو بغرامة لا تقل عن خمسمائة دينار ولا تزيد على ألف دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين كل من ارتكب أيا من الأفعال التالية:-
أ-احتفظ ببطاقة انتخاب عائدة لغيره دون حق أو استولى عليها أو أخفاها أو أتلفها.
ب- انتحل شخصية غيره أو اسمه بقصد الاقتراع في الانتخاب.
ج- استعمل حقه في الاقتراع اكثر من مرة واحدة.
د- اثر في حرية الانتخابات او اعاق العملية الانتخابية بأي صورة من الصور 0
هـ- عبث بأي صندوق من صناديق الاقتراع أو الجداول الانتخابية أو الأوراق المعدة للاقتراع أو سرق أيا من هذه الجداول أو الأوراق أو اتلفها أو لم يضعها في الصندوق أو قام بأي عمل بقصد المس بسلامة إجراءات الانتخاب وسريته.

دخل إلى مركز الاقتراع والفرز بقصد التأثير على إرادة الناخبين أو شراء الأصوات أو التأثير في العملية الانتخابية أو تأخيرها أو بقصد التعرض بسوء لأي من المسؤولين عن إجرائها.

المـــادة (58):

يعاقب أي عضو من أعضاء اللجان المعينين بمقتضى أحكام هذا القانون أو قانون الهيئة المستقلة للانتخاب لإعداد الجداول الانتخابية أو تنظيمها أو تنقيحها أو إجراء عمليات الاقتراع أو الفرز أو إحصاء الأصوات أو أي من الموظفين المعهود إليهم القيام بهذه العمليات أو الإشراف عليها بموجب أحكام هذا القانون بالحبس مدة لا تقل عن سنة ولا تزيد على ثلاث سنوات أو بغرامة مالية لا تقل عن خمسمائة دينار و لا تزيد على ثلاثة آلاف دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين اذا ارتكب أيا من الافعال التالية:-

أ-تعمد إدخال اسم شخص في أي جدول من الجداول الانتخابية لا يحق له أن يكون ناخبا بمقتضى أحكام هذا القانون أو تعمد حذف أو عدم إدخال اسم شخص في تلك الجداول يحق له أن يسجل فيها ناخبا وفق أحكام القانون.

ب-أورد بيانا كاذبا في طلب الترشح أو في الاعلان عنه أو في أي من البيانات الواردة فيه أو في تاريخ تقديمه أو في أي محضر من المحاضر التي يتم تنظيمها بمقتضى احكام هذا القانون أو في الاعتراض المقدم على الجداول الانتخابية أو في أي وثيقة اخرى يتم تنظيمها بمقتضى احكام هذا القانون.

ج- استولى على أي وثيقة من الوثائق المتعلقة بالانتخاب دون حق أو أخفاها أو ارتكب أي تزوير فيها بما في ذلك إتلافها أو تمزيقها أو تشويهها.

د-أخّر دون سبب مشروع بدء عملية الاقتراع عن الوقت المحدد لذلك أو أوقفها دون مبرر قبل الوقت المقرر لانتهائها بمقتضى احكام هذا القانون أو تباطأ في أي إجراء من إجراءاتها بقصد إعاقتها أو تأخيرها.

هـ- لم يقم بفتح صندوق الاقتراع أمام الحاضرين من المرشحين أو المندوبين عنهم قبل البدء بعملية الاقتراع للتأكد من خلوه.

و- قرأ ورقة الاقتراع على غير حقيقتها وبصورة تخالف ما ورد فيها.

ز- امتنع عن تنفيذ أي حكم من أحكام هذا القانون المتعلق بعمليات الاقتراع وإجراءاته أو فرز الأصوات أو خالف أي حكم من أحكام هذا القانون بقصد التأثير في أي من نتائج الانتخابات المقررة بمقتضى أحكامه.

المـــادة (59):

أ- يعاقب بالأشغال الشاقة مدة لا تقل عن ثلاث سنوات ولا تزيد على سبع سنوات كل من :-

1- أعطى ناخبا مباشرة أو بصورة غير مباشرة أو اقرضه أو عرض عليه أو تعهد بأن يعطيه مبلغا من المال أو منفعة أو أي مقابل آخر من أجل حمله على الاقتراع على وجه خاص أو الامتناع عن الاقتراع أو للتأثير في غيره للاقتراع أو الامتناع عن الاقتراع.

2- قبل أو طلب مباشرة أو بصورة غير مباشرة مبلغا من المال أو قرضا أو منفعة أو أي مقابل آخر لنفسه أو لغيره بقصد أن يقترع على وجه خاص أو أن يمتنع عن الاقتراع أو ليؤثر في غيره للاقتراع أو للامتناع عن الاقتراع.

ب-1- يعفى من العقوبة المنصوص عليها في الفقرة (أ) من هذه المادة كل من شرع للقيام بأي من الأفعال المنصوص عليها في البند (2) من الفقرة ذاتها اذا باح بالأمر للسلطات المختصة أو اعترف به قبل إحالة القضية الى المحكمة .

2- يعاقب بالعقوبة المنصوص عليها في الفقرة (أ) من هذه المادة من قدم أي معلومات كيدية بقصد الإضرار أو الإيقاع بالمرشح .

المـــادة (60):

يعاقب بالأشغال الشاقة المؤقتة مدة لا تقل عن خمس سنوات ولا تزيد على عشر سنوات وبغرامة لا تقل عن ألف دينار ولا تزيد على خمسة آلاف دينار كل من استولى أو حاول الاستيلاء على صندوق الاقتراع قبل فرز الأصوات الموجودة بداخله أو بعد فرزها.

المـــادة (61):

كل مخالفة لأحكام هذا القانون لم ينص على عقوبة خاصة لها يعاقب مرتكبها بالحبس مدة لا تقل عن شهر ولا تزيد على ستة أشهر أو بغرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تزيد على ثلاثمائة دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين.

المـــادة (62):

أ- ليس في هذا القانون ما يحول دون تطبيق أي عقوبة أشد ورد النص عليها في أي قانون آخر.

ب- يعاقب كل من الشريك أو المتدخل أو المحرض على ارتكاب أي من الجرائم المنصوص عليها في هذا القانون بالعقوبة ذاتها المقررة للفاعل.

المـــادة (63):

تسقط بالتقادم بعد مرور ثلاث سنوات من تاريخ إعلان النتائج النهائية للانتخابات جميع جرائم الانتخاب المنصوص عليها في هذا القانون.

المـــادة (64):

لغايات تطبيق أحكام هذا القانون، يعتبر الرئيس وأعضاء المجلس ورؤساء لجان الانتخاب وأعضاؤها ورؤساء لجان الاقتراع والفرز ورؤساء أي لجان أخرى مشكلة بموجب أحكام هذا القانون من أفراد الضابطة العدلية وفقاً للأحكام المقررة في قانون أصول المحاكمات الجزائية ولهم بهذه الصفة ضبط أي من الجرائم المرتكبة خلافاً لأحكام هذا القانون 0

المـــادة (65):

يلغى قانون الانتخاب لمجلس النواب رقم (25) لسنة 2012 وتعديله على ان تبقى التعليمات التنفيذية الصادرة بموجبه سارية المفعول إلى ان يستبدل غيرها بها وفقاً لاحكام هذا القانون .

المـــادة (66):

أ- يصدر مجلس الوزراء الأنظمة اللازمة لتنفيذ أحكام هذا القانون.

ب- يصدر المجلس التعليمات التنفيذية وأي تعليمات أخرى لازمة لتنفيذ احكام هذا القانون والأنظمة الصادرة بمقتضاه.

المـــادة (67):

رئيس الوزراء والوزراء مكلفون بتنفيذ احكام هذا القانون.